



# **Costa Blancan Suomi-Seuran jäsenten tyytyväisyys ja palveluiden kehittäminen**

Waltteri Roihuvuo

Opinnäytetyö  
Liiketalouden koulutusohjelma  
2015



<b>Tekijä(t)</b> Waltteri Roihuvuo	
<b>Koulutusohjelma</b> Liiketalouden koulutusohjelma	
<b>Opinnäytetyön otsikko</b> Costa Blancan Suomi-Seuran jäsenyytyväisyys ja palveluiden kehittämisen	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 35 + 0
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, että kuinka tyytyväisiä Espanjan Torre Viejan kaupungissa toimivan Suomi-Seuran jäsenet ovat Seuran tarjoamiin palveluihin. Saatujen vastausten perusteella Seura voi sitten pohtia, että kuinka voitaisiin palvella paremmin jäseniä, joita oli tutkimusta tehdessä noin 600-650. Luku hieman vaihtelee, sillä jäsenmaksu on voimassa vuoden maksupäivästä eteenpäin ja maksut vanhenevat aina välillä. Seuran tavoitteena on nostaa jäsenmäärää. Saman tyyppinen tutkimus tehtiin myös pari vuotta sitten. Suomalaisia asuu ulkomailla pysyvästi ja väliaikaisesti iso määrä ja he tekevät maamme tunnetuksi ympäri maailmaa.</p> <p>Palvelua on kaikki asiat mitä tehdään asiakkaan hyväksi jollain tavalla ja toiminnan pyörittäminen ilman asiakkaita ei onnistu joten palveluiden kehittämiseen tulee panostaa huolellisesti. Asiakas palaa todennäköisemmin takaisin yritykseen josta sai hyvää palvelua. Kilpailijan on vaikeampaa houkutella asiakasta itselleen, mikäli hänelle tarjotaan hyvää palvelua. Hyvä asiakaspalvelu on erittäin hyvä ja edullinen tapa markkinoida yrityksen toimintaa. Asiakaspalvelun laatu korostuu erityisesti tilanteissa, jossa palvelu tuotetaan vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa. Hyvällä asiakaspalvelulla voidaan taata hyvän asiakaskokemuksen antaminen asiakkaalle. Palvelun laatua tulisi myös seurata jatkuvasti, että sitä voidaan sitten kehittääkin tarvittaessa jos huomataan jotain parannettavia kohtia. On olemassa erilaisia asiakaspalvelutapoja, joilla asiakkaat voidaan ottaa eri tavoilla huomioon.</p> <p>Tavoitetilanteessa molemmat, sekä asiakas että yritys ovat tyytyväisiä palvelun laatuun. Haaste on sen tilanteen säilyttämisessä. Joissain tilanteissa jompikumpi tai molemmat voivat olla tyytymättömiä johonkin palvelun osa-alueen laatuun.</p> <p>Costa Blancan Suomi-Seura on vuonna 1986 perustettu yhdistys, joka palvelee Torre Viejan kaupungissa ja sen ympäristössä asuvia ja vierailevia suomalaisia. Seura järjestää erilaisia retkiä ja matkoja eri puolille Espanjaa. Sen lisäksi toimitiloissa palvelee toimisto, jossa voi maksaa jäsenmaksun ja retkimaksut ja kysyä Seuran henkilökunnalta mieltä askarruttavista asioista. Kirjastosta voi lainata kirjoja ja elokuvia sekä käyttää tietokonetta. Seuran kahviosta saa myös kahvia ja pullaa sekä lämmintä ruokaa.</p> <p>Kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä tarkoitetaan tutkimusta jossa kerätään eri menetelmillä numeerisia tutkimusaineistoja. Tässä tutkimuksessa käytin tiedonkeruumenetelmänä paperilomaketta sekä saman lomakkeen sähköistä versiota ja webropol-lomaketta. Tavoitteena oli saada mahdollisimman paljon vastauksia luotettavien tulosten saamiseksi ja sen vuoksi valitsin tämän tutkimusotteen ja kyseiset menetelmät.</p> <p>Yleisesti ottaen Seuran jäsenet olivat melko tyytyväisiä palveluihin. Nykyiset toimitilat saivat heikoimmat arviot joten on hyvä asia, että uudet tilat on saatu jo hankittua. Kirjasto- ja kahviopalvelut palvelevat vastausten perusteella jäseniä melko hyvin.</p>	
<b>Asiasanat</b> Suomi-Seura, ulkosuomalaiset, palvelut, kehittäminen, asiakaspalvelu, tyytyväisyys	

# Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Palvelut ja asiakastyytyväisyys .....	3
2.1	Palvelun ominaispiirteitä .....	3
2.2	Palvelun laatu .....	5
2.3	Viestintä asiakaspalvelussa .....	7
2.4	Asiakastyytyväisyys ja tyytyväisyys palveluihin .....	9
3	Empiirinen tutkimus .....	12
3.1	Suomi-Seuran esittely .....	12
3.2	Tutkimusote .....	13
3.3	Tutkimusmenetelmä .....	14
3.4	Tutkimuksen tavoite ja kehittämistehtävä .....	15
4	Empiirisen tutkimuksen tulokset .....	16
4.1	Muita perustietoja vastaajista .....	16
4.2	Seuran toiminnan tärkeys .....	16
4.3	Tyytyväisyys Seuran toimitiloihin .....	19
4.4	Kirjastopalvelut .....	21
4.5	Kahviopalvelut .....	22
4.6	Matkat ja Seuran järjestämät muut tapahtumat .....	23
4.7	Kerhot ja kielikurssit .....	25
4.8	Seuran Internet-sivut, Facebook-sivu ja jäsenlehti .....	27
4.9	Vapaa kommentointi .....	30
5	Pohdinta .....	32
5.1	Yhteenveto tuloksista .....	32
5.2	Tutkimuksen luotettavuus .....	34
5.3	Opinnäytetyöprosessin arviointi .....	35
	Lähteet .....	36

# 1 Johdanto

Costa Blancan Suomi-Seura on Espanjan kaakkoisrannikolla Torreviejan kaupungissa toimiva yhdistys, jonka tarkoituksena on yhdistää alueella asuvia ja vierailevia suomalaisia. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, mitä mieltä Suomi-Seuran jäsenet ovat Seurasta ja siten antaa kehitysehdotuksia Seuralle, miten asioita tehtäisiin paremmin. Toiminnan kehittäminen on tärkeää, että saadaan asiakkaat eli Costa Blancan alueen suomalaiset pidettyä tyytyväisinä ja toimintaa kehittämällä pystytään lisäämään heidän tyytyväisyyttään.

Suoritin HAAGA-HELIAn opintoihini kuuluvan viiden kuukauden työssäoppimisjakson Suomi-Seuralla syyskuun 2014 ja maaliskuun 2015 välillä ja siellä sain idean tehdä opinnäytetyöni Seuralle. Costa Blancan alueella asuu ja vierailee suomalaisia aika paljon, joten Seuran toiminta ja sen kehittäminen ovat tärkeitä asioita. Tutkimusaihe kiinnosti minua, koska olin Seuralla työharjoittelussa niin oli mielenkiintoista selvittää, että mitä ihmiset ajattelevat Seurasta ja sen tarjoamista palveluista.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, kuinka tyytyväisiä Costa Blancan Suomi-Seuran jäsenet ovat Seuran toiminnan eri osa-alueisiin. Saatujen vastausten pohjalta on tarkoitus pohtia kehitysehdotuksia, joilla toimintaa ja palveluita voidaan kehittää ja näin ollen voidaan palvella Seuran jäseniä paremmin.

Suomen rajojen ulkopuolella asuu noin 300 000 suomalaista. Ulkomailla asuvat suomalaiset ovat voimavara Suomelle, sillä he tekevät maattamme ja suomalaisuutta tunnetuksi ympäri maailmaa. Sen lisäksi he tuovat Suomeen tietoja ja taitoja, joita ovat oppineet maailmalla matkatessaan. Suomen kannalta on tärkeää, että siteet ulkosuomalaisten ja kotimaan välillä säilyvät, eivätkä katkea. (Ulkosuomalaisparlamentti, 2015.)

Ulkosuomalaisia varten perustettiin ulkosuomalaisparlamentti (USP) vuonna 1997, joka on ympäri maailmaa asuvien Suomen kansalaisten yhteistyöfoorumi, jossa tehdään yhteisiä päätöksiä tärkeiksi koetuista asioista. USP on myös kanava, jonka kautta ulkosuomalaisten yhdessä tekemät päätökset saadaan välitettyä kotimaahan. USP huolehtii myös siitä, että julkishallinnon päätöksiä tehtäessä huomioidaan myös ulkomailla asuvien kansalaisten näkökulmat asioihin. (Ulkosuomalaisparlamentti, 2015.)

Maailmalla toimii myös Suomi-Seura r.y., joka on maailmalla olevien suomalaisten etu, asiantuntija- ja palvelujärjestö. Se välittää ajanmukaista Suomi-kuvaa ja tekee ulkosuoma-

laisuutta tunnetummaksi myös Suomen rajojen sisällä. Suomi-Seura jakaa ulkosuomalaisille tiedotusvälineille ja järjestöille merkittävää tukea vuosittain. (Suomi-Seura, 2011.)

Täysi-ikäisillä, pysyvästi ulkomailla asuvilla Suomen kansalaisilla on luonnollisesti äänioikeus Suomen eduskuntavaaleissa ja presidentinvaaleissa. Tätä kautta he voivat siis vaikuttaa kotimaansa asioihin, vaikka asuisivat ulkomailla. Heillä on myös äänioikeus Suomen europarlamenttivaaleissa, elleivät he ole ilmoittautuneet europarlamenttivaalien vaaliluetteloon asuinmaassaan. (Vaalit, 2015.)

Espanjassa, jossa tutkimukseni kohteena ollut Costa Blancan Suomi-Seurakin toimii, on melko paljon suomalaisia, jotka viettävät paljon aikaa siellä. Työt vievät toki paljon aikaa, joten tästä syystä monet ulkomailla talvea viettävistä ihmisistä ovat eläkeläisiä, jotka ovat jo saaneet työtaakat pois harteiltaan. Monilla on siellä loma-asunto ja sitten jotkut saattavat vuokrata sieltä asunnon esimerkiksi yhden talven ajaksi ja tutustuvat ympäristöön siellä sitten ja ehkä hankkivat oman asunnon, jos toteavat paikan olevan sellainen, jossa voisi viettää vaikka useammankin talven. Sapattivuosi tai muu välivuosi töistä on myös hyvä tapa vähän hengähtää arjen keskeltä ja esimerkiksi Espanjan ilmasto on todella hyvä siihen tarkoitukseen ja tuo lämmin ilmasto on varmasti yksi merkittävä tekijä, jonka vuoksi ihmiset ovat tiensä juuri Espanjaan löytäneet.

## 2 Palvelut ja asiakastyytyväisyys

Palvelun määritelmänä voisi yleisesti sanoa, että ”palvelu on vuorovaikutus, teko, tapahtuma, toiminta, suoritus tai valmius, jossa asiakkaalle tuotetaan tai annetaan mahdollisuus lisäarvon saamiseen ongelman ratkaisuna, helppoutena, vaivattomuutena, elämyksenä, nautintona, kokemuksena, mielihyvä, ajan tai materian säästönä jne.” Asiakas on erittäin oleellinen osa liiketoimintaa ja ilman asiakkaita liiketoiminnan pyörittäminen ei toimi. Kuten Mahatma Gandhi on sanonut, niin on hyvä muistaa, että ”asiakas on tärkein vierailija toimitiloissamme. Hän ei ole riippuvainen meistä vaan me olemme riippuvaisia hänestä. Hän ei ole keskeytys työssämme vaan hän on työmme tarkoitus. Hän ei ole ulkopuolinen tekijä liiketoiminnassamme vaan hän on osa sitä. Me emme tee hänelle palvelusta palvelemalla häntä vaan hän tekee meille palveluksen antamalla meille mahdollisuuden tehdä niin.” (Rissanen 2006, 18.) (Harris 2010, 1.)

### 2.1 Palvelun ominaispiirteitä

Palvelua on kaikki asiat, mitä tehdään asiakkaan hyväksi joko välittömästi tai välillisesti. Se ei aina ole välttämättä kasvokkaista, eikä palvelun tuottaja ole aina edes välttämättä paikalla palvelutapahtuman aikana. Esimerkkeinä tästä ovat sähköiset pankkipalvelut, automaattipolttoaineasemat ja muut automaattipalvelut. Palvelun muotoja on erilaisia ja ne vaihtelevat yritysten välillä. Esimerkiksi kampaamossa asiakaspalvelun osuus on merkittävä, kun taas päivittäistavarakaupassa asioidessaan asiakas saattaa vaihtaa vain pari sanaa kassanhoitajan kanssa. (Pakkanen, Korkeamäki & Kiiras 2013, 8.)

Hyvä palvelu on yritykselle tavoittelemisen arvoinen asia. Palvelu tuotetaan asiakkaalle ja parhaassa tapauksessa se tuotetaan asiakkaalle asiakkaan omien tarpeiden ja mittojen mukaan kuten mittatilauspuku. Hyvä palvelu luodaan palvelutilanteessa asiakkaan kanssa, eikä sitä voi tehdä valmiiksi varastoon ja säilyttää siellä. Asiakaspalvelutilanteessa onnistuminen vaatii tietoa, taitoa ja kärsivällisyyttä. Palvelun tuottajan tulee siis olla perehtynyt asioihin, kuten tarjoamansa palvelun tai myymiensä tuotteiden ominaisuuksiin, jotta hän osaa kertoa niistä asiakkaalle parhaansa mukaan. Asiakkaita on myös erilaisia ja siksi kärsivällisyys on tärkeä ominaisuus palveluntarjoajalle, että tulee toimeen kaikenlaisien asiakkaiden kanssa. (Rissanen 2006, 17.) (Pakkanen ym. 2013, 16.)

Palvelun käyttäjä voi kokea palvelun monilla eri tavoilla, myös eri lailla kuin mitä palvelun tuottaja on alun perin ajatellut palvelua tuottaessaan. Eri palveluiden käyttöön vaikuttavat monet asiat. Asiakaspalvelu on esimerkiksi hyvin oleellinen osa palvelua. Asiakas menee todennäköisemmin asioimaan takaisin yritykseen, jossa on saanut hyvää palvelua kuin

että menee uudelleen johonkin, jonka antamasta palvelusta jäi huono vaikutelma edellisellä kerralla. Palvelun sijainti on myös yksi asia, joka saattaa vaikuttaa. Esimerkiksi asiakas saattaa viedä auton huoltoon liikkeeseen, joka on lähempänä kuin, että veisi sen johonkin kauas, vaikka sieltä saisi parempaa palvelua. (Rissanen 2006, 18-19.)

Kaikki palveluntarjoajat eivät edes tiedä mitä asiakaspalvelu tarkoittaa. Asiakaspalvelu on siis mitä tahansa, mitä tehdään asiakkaan hyväksi ja millä saadaan parannettua asiakaskokemusta. Asiakkailta on erilaisia toiveita siitä mitä he odottavat asiakaskohtamiselta. Asiakaspalvelun tuottajan täytyy tuntea asiakkaansa ja pyrkiä tuottamaan asiakkailleen erinomaista asiakaspalvelua, jolla saadaan asiakkaat pidettyä tyytyväisinä. Sillä ei ole väliä kuinka tarkasti palveluntarjoaja näkee asiakaspalvelun määritelmän, vaan pitäisi toimia sen mukaan kuin, mitä asiakas ajattelee asiakaspalvelun olevan. Asiakkaan tyytyväisyys on tavoite, johon jokaisen palveluntarjoajan tulisi pyrkiä. Täydellinen asiakaspalvelu on harvinaista, koska se vaatii kahta asiaa joita ihmiset ja organisaatiot eivät haluaisi tehdä eli rahan käyttämistä ja ryhtymistä tuumasta toimeen. Liiketoiminnassa monet puhuvat asiakaspalvelun tärkeydestä, mutta suurin osa ihmisistä ei oikeasti tiedä, kuinka tarjotaan erinomaista asiakaspalvelua. Asiakaspalvelu on paljon enemmän kuin vain hyvän ja oikean asenteen omaaminen. Loistavan asiakaspalvelun tarjoamisen valmistelussa palveluntarjoajan tulee kehittää menestymiseen vaadittavia kykyjä. (Harris 2010, 2-3.)

Palvelun keskeinen osa on usein aineeton. Sitä tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti, joten sitä ei voi varastoida, mutta sillä saattaa olla pitkäaikaisia vaikutuksia. Aineettomuus aiheuttaa myös sen, että palvelua on vaikea kuvata täydellisesti etukäteen. Yleensä palvelun tuottaminen on palvelun tuottajan ja ostajan yhteinen vuorovaikutusprosessi, jonka kesto vaihtelee. Palvelutapahtumat ovat erilaisia ja se tarjoaa tilaa luovuuden toteuttamiselle. Pitää tosin ottaa huomioon laatu, kohtuus yms., kun mietitään luovuutta. Jos luovuuselementin toteuttamisessa onnistutaan, niin se saattaa tuoda palveluun ainutkertaisen ja luovan osan, jolla palvelun tuottaja voi saada ostajan vaikuttamaan palveluistaan niin, että tämä tulee myöhemminkin ostamaan ja käyttämään yrityksen tarjoamia palveluita. (Rissanen 2006, 19-21.)

Monissa tapauksissa palvelun luominen ja sen laadukas tuottaminen saattaa vaatia suurien etukäteispanostusten tekemistä. Esimerkkinä isoista etukäteispanostuksista voisi mainita kehittyneen lääketieteen ja erilaiset tekonivelleikkaukset. Olosuhteiden luominen, hoidon valmistelu ja leikkaustiimi ovat vaatineet euromääräisesti suuria investointeja ja palvelun tuottajat ovat tarvinneet pitkän koulutuksen ennen kuin voivat tarjota palvelua. (Rissanen 2006, 19.)

Asiakas osallistuu palvelun tuotantoon tilaamalla tuotteita tai ostamalla palveluita. Palvelu on siis toimintaa, jota asiakas ostaa ja kuluttaa. Ostaminen tuo asiakkaalle käyttöoikeuden palvelun käyttämiseen. Palvelu on asia, jota ei voi myydä eteenpäin. Palveluiden ostamisessa ehkä suurin ongelma on se, että niiden todellisen arvon määrittely ja onnistumisen arviointi on mahdollista yleensä vasta sen jälkeen, kun palvelu on tuotettu. (Pakkanen ym. 2013, 10.) (Tiikkainen 18.4.2006.)

Palveluiden mittaaminen on vaikeaa, koska ne elävät ja muuttuvat. Palvelun laadun määrittäminen etukäteen onnistuu vain tilanteissa, jossa asiakkaalla on aiempaa kokemusta samanlaisesta palvelusta. Palveluilla on kesto aika, toisin kuin elinkaaren omaavilla tuotteilla. Palveluita tuotetaan tarpeiden mukaan. Palveluilla on kahdenlaista kysyntää: suunniteltua, jolloin niitä tuotetaan juuri tiettyä tarvetta varten, kuten asiakkaan mittojen mukaan räätälöidyt tuotteet. On olemassa myös välitöntä palvelua, jolloin palvelua on jatkuvasti tarjolla. (Tiikkainen 18.4.2006.)

Kun verrataan palveluita ja tuotteita, niin niillä on myös yhteisiä piirteitä. Kumpaakin tuotetaan silloin, kun esille on tullut jokin tarve. Niillä pitäisi siis olla jokin toiminto, joka tyydyttäisi asiakkaan tarpeen. Niiden pitäisi olla myös kilpailukykyisiä ja luoda jotain sellaista arvoa asiakkaalle, mikä saa asiakkaan valitsemaan juuri tietyn tuotteen tai palvelun ja tietyn toimittajan. (Tiikkainen 18.4.2006.)

## **2.2 Palvelun laatu**

Yrityksen kannattaa panostaa asiakaspalvelun laatuun. Pelkästään toimitilan viihtyisyys ja tehokkuus eivät riitä, mikäli yrityksen asiakaspalvelu on osaamatonta ja epäystävällistä. Asiakaspalvelu on yksi osa tuotetta, jota asiakkaalle tarjotaan ja sen tulee vahvistaa yrityksen haluttua brändiä. Jos asiakas saa huonon kokemuksen yrityksestä, niin hän voi valita tilalle yrityksen kilpailijan, joka huomioi asiakkaan tarpeet paremmin. Kilpailijan on huomattavasti hankalampaa vastata haasteeseen ja houkutella asiakasta itselleen toiselta yritykseltä, mikäli yritys panostaa laadukkaaseen asiakaspalveluun. Asiakaspalvelun laatu korostuu erityisesti palvelualan yrityksissä, jossa palvelu tuotetaan vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa. Esimerkiksi kahvilan liiketoiminnassa yksittäisen kahvikupillisen merkitys on vähäinen. Kahveja on tietysti erilaisia ja jotkut kahvit maistuvat paremmilta kuin muut, mutta tässä kuitenkin palvelukokemuksen merkitys korostuu. Asiakkaalle jää todennäköisesti parempi mieli palvelutilanteesta, jos myyjä hymyilee ja toivottaa hyvät päivänjatkot, kuin että myyjä ei sanoisi mitään, vaan olisi tiskin takana negatiivisella ilmeellä. Huono asiakaspalvelu aiheuttaa myös sen, että tyytymätön asiakas voi kertoa negatiivisia



kokemuksiaan eteenpäin tuttavilleen ja tämä ei tee hyvää yrityksen imagolle. (Pakkanen ym. 2013, 9-10.) (Reinboth 2008, 34.)

Hyvä asiakaspalvelu on erittäin tehokas ja edullinen tapa markkinoida yrityksen toimintaa. Nykyaajan kilpailullisessa taloudellisessa ympäristössä pelkästään tuotteen tai palvelun tarjoaminen ei ole riittävää, vaan hyvän asiakaskokemuksen takaamiseksi yrityksen tulisi panostaa myös asiakaspalvelun laatuun. Asiakkaat ovat viisaita ja tiedostavat sen, että jos he eivät ole tyytyväisiä saamansa palvelun laatuun, niin he voivat valita tilalle paremman palveluntarjoajan. Asiakaspalvelusta saatava hyöty on tärkeä osa liiketoimintaa. Monissa tapauksissa asiakaspalvelu on positiivinen elementti, jonka avulla saadaan asiakkaat tulemaan takaisin asioimaan yritykseen. Hyvän asiakaspalvelun tuottaminen tekee myös työn tekemisestä hausken ja tyydyttävämpää, jonka tuloksena positiiviset suhteet asiakkaiden kanssa kehittyvät. (Harris 2010, 2.)

Palvelun laatua tulisi seurata jatkuvasti. Yrityksen pitäisi ensin selvittää asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden odotukset, että voitaisiin palvella erilaisia asiakasryhmiä paremmin. Asiakkaan aikaisemmat kokemukset sekä muilta ihmisiltä kuultu palaute yrityksestä ja sen tuotteista ja palveluista vaikuttavat niihin odotuksiin, joita asiakkaalla on, kun hän tulee yrityksen asiakkaaksi. Palvelun määrää, tapaa ja palveluympäristöä parantamalla voidaan tuottaa asiakkaalle parempia palvelukokemuksia. Asiakkaille tärkeitä asioita ovat mm. palvelun ystävällisyys, nopeus, asiantuntemus ja rehellisyys. Palvelua tulisi kehittää juuri näissä asiakkaille tärkeissä asioissa. (Bergström & Leppänen 2004, 159.)

Palvelun voi kokea myös eri tavoilla ja sama asiakas voi kokea palvelun eri tavalla eri kerralla. Palvelun määrä ja taso tulisi olla tarpeeksi hyvää jokaisessa tilanteessa. Palvelun laatu ei kuitenkaan saisi olla liian hyvää, sillä siinä tapauksessa asiakas voi odottaa seuraavalla kerralla vielä enemmän ja siten palvelukustannukset voivat nousta liian korkealle. Esimerkiksi jos sovitaan, että tuote toimitetaan asiakkaalle viikon kuluttua ja se lähetetäänkin samana päivänä pikälähetin avulla, niin se aiheuttaa yritykselle lisäkustannuksia ja tämä ei välttämättä ole kannattava toimintatapa. (Bergström & Leppänen 2004, 159.)

Asiakkaat voidaan ottaa huomioon monilla eri tavoilla. Peruspalvelu on kaikille samanlaisena tarjottavaa palvelua ja se kuvaa asiakaspalvelun minimitasoa. Siinä tuotteita tai toimintatapoja ei juuri muunnella eri asiakkaiden tarpeiden mukaan. Peruspalvelu on yleensä ystävällistä, mutta melko persoonatonta. (Reinboth 2008, 38.)

Kilpailuetua tuovia asiakaspalvelutyyplejä ovat ystäväpalvelu, kuningaspalvelu sekä elämyspalvelu. Ystäväpalvelu on epämuodollista ja tuttavallista ja siinä pyritään luomaan

asiakkaaseen henkilökohtainen suhde ja otetaan ensisijaiseksi tavoitteeksi hänen ongelman ratkaiseminen tai tarpeen tyydyttäminen. Kuningaspalvelu on muodollista, huomaa-  
vaisen kohteliasta ja asiakasta kohdellaan kuin kuningasta. Se liittyy yleensä ylellisyys- ja  
merkkituotteisiin ja asiakkaan toiveet voidaan toteuttaa sitä laajemmin, mitä kalliimmasta  
tuotteesta on kysymys. Elämyspalvelun tarkoitus on luoda palvelu asiakasta viihdyttävällä  
tavalla. Se voidaan perustaa palvelukonseptiin, työntekijän ominaisuuksiin tai jonkun tie-  
tyn roolin ottamiseen. Työntekijöiden käytöstavat voivat myös ylittää hyvän käytöksen  
rajoja. Elämyspalvelun heikkous on siinä, että se tarjotaan yleensä kaikille samanlaisena  
palveluna. (Reinboth 2008. 39.)

Costa Blancan Suomi-Seurankin tapauksessa asiakaspalvelun laatu on myös tärkeä asia.  
Seura pyrkii kasvattamaan jäsenmääräänsä ja jos nykyisiä jäseniä tai mahdollisesti tulevia  
jäseniä, jotka ovat tutustumassa Seuran toimintaan, palvellaan huonosti, niin huonot ko-  
kemukset saattavat kulkea ihmiseltä toiselle ja näin ollen uusien jäsenten kiinnittäminen ja  
jäsenmäärän kasvattaminen saattaa hankaloitua.

### **2.3 Viestintä asiakaspalvelussa**

Asiakaspalvelussa tarvitaan kyky viestiä tehokkaasti. Viestintäprosessissa jaetaan tietoa,  
ideoita ja ymmärrystä kahden tai useamman henkilön kesken. Palveluntarjoajien tulee  
kehittää viestintätaitojaan, jotta heistä tulisi taitavia kaikenlaisissa viestintätilanteissa.  
(Harris 2010. 73.)

Jos palveluntarjoajalla ei ole ymmärrystä siitä, kuka hänen asiakkaansa on, niin silloin  
tehokas viestiminen muuttuu vaikeaksi. Asiakastiedon kerääminen on yksi tapa tutustua  
asiakkaisiin paremmin. Se on prosessi, jossa kerätään tietoa, rakennetaan historiallinen  
tietokanta ja kehitetään ymmärrystä olemassa olevista ja potentiaalisista asiakkaista.  
Asiakastiedon keräämisen avulla asiakasryhmiä pystytään palvelemaan paremmin. Se voi  
auttaa räätälöimään palveluja tietyille asiakkaille. Nykyään asiakkaat osallistuvat asiakas-  
tietojen keräämiseen enemmän kuin koskaan aiemmin. Tällä tavalla yritys saa paljon tie-  
toa asiakkaan ostotottumuksista, oston ajoituksesta, parhaista ostopaikkojen sijainneista  
ja muista tärkeistä tiedoista. Tutkimuksista hyötyvät niin palveluntarjoajat kuin asiakkaat-  
kin, sillä palveluntarjoajat saavat tietoa, miten he voivat palvella asiakkaitaan paremmin ja  
asiakkaat saavat kertoa mielipiteitään ja voivat olla mukana kehittämässä yrityksen toimin-  
taa toivomaansa suuntaan. Asiakastietoa kerätessä yrityksen tulisi pyrkiä saamaan to-  
dellinen kuva asiakkaan tilanteesta. Jos kerätään tietoa vain tietyiltä alueilta, niin saatu  
asiakaskuva ei ole täydellinen, vaan sirpaloitunut. (Harris 2010, 73.)

Viestinnän keinoja mietittäessä nousee esiin viisi pääkeinoa, joita käytetään tehokkaassa asiakasviestinnässä. Ne ovat kuunteleminen, kirjoittaminen, puhuminen, lukeminen sekä sanaton viestintä. Asiakkaiden kuunteleminen on tärkeää, koska sen avulla näytetään, että välitetään asiakkaasta ja ollaan kiinnostuneita heidän kysymyksistään ja huolistaan. Hyväksi kuuntelijaksi tuleminen vaatii harjoittelua ja se on asia jota tulisi harjoitella jatkuvasti. Kirjallisen viestinnän taidot ovat myös tärkeitä, jotta saadaan kirjoitettua teksti sellaiseen muotoon, että asiakkaat ymmärtävät sen sisällön. Puhumistaitojen kehittäminen on myös tärkeää, jotta käytetään sellaista kieltä ja sellaisia sanavalintoja, joita vastapuolikin ymmärtää. Lukutaitokin tulee olla riittävällä tasolla, että pystytään lukemaan ja ymmärtämään kirjoitettua tekstiä. Viestiä voi myös sanattomassa muodossa. Sanattomaan viestintään kuuluu muun muassa äänen paino ja taivutus, kasvojen ilmeet ja katsekontakti. Sanaton viestintä voi olla ristiriidassa jonkin viestin kanssa, joka on välitetty jostain toista viestintäkanavaa käyttämällä. (Harris 2010, 74.)

Puhelimen kautta tapahtuu suuri osa asiakaspalvelutilanteista. Puhelimesta puhumistaidot tulee siis olla hyvät. Puhelimeen puhuttaessa ei voida käyttää visuaalisia apuvälineitä eikä kehonkieltä. Viestijän kuuntelutaidot ovat siis erittäin tärkeässä osassa, kuten on myös hänen kykynsä vastata tehokkaasti kysymyksiin. Äänen painoon tulee myös kiinnittää huomiota. Seuraavassa on lueteltuna seitsemän askelta menestyksekkääseen puhelimeen vastaamiseen:

1. Kannattaa hymyillä, sillä hymy kasvoilla saa äänen kuulostamaan ystävällisemmältä.
2. Puheluun tulee vastata innostuneella ja ammattimaisella tervehdyksellä. Käyttäytymisen ja kyky positiivisen ensivaikutelman tekemiseen vaikuttaa koko organisaatioon. Eli siis soittajaa pitäisi tervehtiä, esitellä organisaatio tai osasto, esitellä itsensä hänelle ja tarjota apua.
3. Asiakkaalta pitäisi kysyä asioista, jotka eivät ole selviä palveluntarjoajalle. Jos lisätieto asiakkaasta tarvitaan niin lisätiedot tulee selvittää ja kertoa asiakkaalle, että miksi näitä lisätietoja tarvitaan.
4. Asiakkaalle pitäisi antaa vastauksia ja apua niin nopeasti kuin mahdollista. Jos ei pysty auttamaan asiakasta kyseisessä asiassa, niin hänelle pitää kertoa, että mitä tapahtuu seuraavaksi.
5. Asiakasta pitää kiittää ja kysyä, että voidaanko olla avuksi vielä jossain muussa asiassa.
6. Puhelu lopetetaan positiivisella tavalla. Jokaista puhelua tulisi ajatella kuin uuden suhteen alkuna.
7. Lopuksi varmistetaan, että asiakas on tyytyväinen tulokseen ja hän on saanut kaiken mitä hänelle puhelun aikana luvattiin. (Harris 2010, 77-78.)

Jos haluaa kehittää työtään vielä organisoidummaksi, niin kannattaa pohtia seuraavia asioita. Kannattaa aina pitää muistio mukana, mihin voi kirjoittaa ja tehdä muistiinpanoja. Työntekijän on myös hyvä tietää yrityksen käytännöt. Oma nimi pitäisi myös kertoa asiakkaalle puhelimessa. Kuuntelutaitojen kehittäminen puhelun aikana on myös erittäin tärkeä tavoite. Ja lopuksi tulee varmistaa asiakkaalta, että jotain todella saatiin aikaiseksi, että jokin asia ratkesi puhelinsoiton välityksellä. (Harris 2010. 78.)

Kaikkia edellä mainittuja keinoja käytetään asiakaspalvelussa. Asiakaspalveluntarjoajien tulee kehittää viestintätaitojaan jatkuvasti, jotta voidaan palvella asiakkaita entistä paremmin. Erilaiset ympäristöt asettavat erilaisia painotuksia eri viestinnän keinoille, mutta monien mielestä kuuntelutaitoa pidetään kaikista tärkeimpänä viestinnän muotona. On erittäin tärkeää, että osataan kuunnella asiakasta ja palvella hänen tarpeitaan mahdollisimman hyvin. (Harris 2010. 74.)

## **2.4 Asiakastyytyväisyys ja tyytyväisyys palveluihin**

Asiakkaiden tyytyväisyys on oleellinen asia, johon kannattaa panostaa. Ilman asiakkaita liiketoiminnan hoitaminen on mahdotonta. Sama koskee myös erilaisia yhdistyksiä ja seuroja, kuten Costa Blancan Suomi-Seuraa. Ilman maksavia jäseniä Seuran toiminta on kannattamatonta, kun ei olisi jäseniä, jotka toisivat Seuran kassaan rahaa jäsenmaksuillaan. Heidän tyytyväisinä pitäminen on siis erittäin tärkeä asia ja Seuran kannattaa panostaa tarjoamiensa palveluidensa laatuun, että jäsenet pysyvät tyytyväisinä.

Asiakkaita on erilaisia ja he tulevat yritysten palveltavaksi erilaisten tarpeiden kanssa. Yleensä jokaisella asiakkaalla on viisi perustarvetta, joita he odottavat yrityksen tyydyttävän: Ensimmäinen asia on palvelu. Asiakkaat odottavat sellaista palvelua, joka heidän mielestään sopii sen kokoiselle ostolle, jota he ovat tekemässä. Pienelle ostokselle, kuten päivittäistavarakaupasta jonkin ruokatavaran ostamiselle on pienempi palvelun tarve kuin jollekin suuremmalle, pidempään suunnitellulle ostolle. Toisena perustarpeena on hinta. Asiakkaat haluavat luonnollisesti käyttää rahavarojensa mahdollisimman tehokkaasti, joten halvimman vaihtoehdon etsiminen on melko luonnollista. Jotkin tuotteet, joita ennen pidettiin uniikkeina, pidetään nykyään yleishyödykkeinä tai massatuotteina. Esimerkiksi vuosia sitten täytyi mennä tiettyyn hampurilaispaikkaan saadakseen hampurilaisen, mutta nyt niitä voi hankkia monesta paikasta. Tämä tekee hinnasta asiakkaalle entistä tärkeämmän asian. Esimerkkinä tästä voisi sanoa Burger Kingin Suomeen tulon, kun se on pääkaupunkiseudullakin levittäytynyt jo moneen paikkaan. (Harris 2010, 5.)

Kolmas asia on laatu. Asiakkaat haluavat ostamiensa tuotteiden olevan kestäviä ja toimivia siihen asti, kunnes he päättävät korvata ne joillain toisilla tuotteilla. Tämä liittyy edelliseen hinta-kohtaankin siten, että asiakas ei kyseenalaista korkeampia hintoja niin paljon, jos yrityksellä on maine korkealaatuisten tuotteiden markkinoijana. Toiminta on neljäs jokaisen asiakkaan perustarve. Jos ongelmia tai kysymyksiä esiintyy, niin asiakas tarvitsee toimintaa. Joillain yrityksillä on käytössä esimerkiksi puhelinpalvelu, joustavat palautuskäytännöt yms., joilla vastataan asiakkaan tarpeisiin tällaisissa tilanteissa. Asiakkaalle on tärkeää, että on joku, joka auttaa heitä, jos esimerkiksi ostetun tuotteen kanssa tulee ongelmia. (Harris 2010, 5.)

Viimeisenä, muttei vähäisimpänä jokaisen asiakkaan perustarvelistalla on arvontaminen. Asiakkaiden täytyy tietää, että yritys arvostaa heidän toimintaansa. Palveluntarjoajilla on monta tapaa osoittaa arvostuksensa asiakkaalle. Kiitoksen sanominen on hyvä lähtökohta. Erikoisalennukset, uutiskirjeet, huomaavaisuudet ja nimen tunnistaminen ovat muita hyviä tapoja, joilla voidaan näyttää asiakkaalle arvostusta. Lopuksi yritys voi viestiä asiakkaalle, että he olivat iloisia, kun asiakas valitsi juuri tämän yrityksen. Silläkin on positiivinen vaikutus. (Harris 2010, 5.)

Tavoitetilanteena voidaan pitää sitä, että asiakas on tyytyväinen ja yrityksen mielestä palveluiden laatu on kunnossa. Silloin siis molemmat osapuolet ovat tyytyväisiä. Haaste on tämän tilanteen säilyttämisessä. Laadua kannattaa myös kehittää, sillä parannettavia kohtia löytyy toiminnasta aina. Kielteisiä palautteita kannattaa myös pyrkiä hyödyntämään toiminnan kehittämisessä. Henkilökunnan motivaatiota on hyvä ylläpitää, sillä heidän tyytyväisenä pitäminen voi heijastua siihen tapaan, jolla he kohtaavat asiakkaita ja näin tyytyväisyys voi levitä asiakkaisiin. (Reinboth 2008, 97.)

On myös olemassa tilanteita, joissa yritys näkee laadussa virheen, mutta asiakas on tyytyväinen. Tällöin yrityksen kannattaa pyrkiä palvelun laadun kohottamiseen tai sen täsmentämiseen. Joskus taas yritys kokee laadun olevan kunnossa, mutta asiakas ei ole tyytyväinen. Tällöin kannattaa erottaa yksittäiset tapaukset toistuvista kielteisistä palautteista. Asiakaskuntaa uudistamalla voidaan korjata yleistä tyytymättömyyttä, sillä joissain tilanteissa ei ole kannattavaa saada nykyisiä asiakkaita tyytyväisiksi tai sitten heistä halutaan eroon ammattitaidollisista, imagollisista tai jostain muista syistä. Palvelun laadun nostaminen on myös toinen asia, jolla yritys voi pyrkiä korjaamaan yleistä tyytymättömyyttä. Yritys ei tässä tilanteessa tunnista palvelun laadun puutteita, joten heidän kannattaisi selvittää asiakkaiden odotukset asiakaspalvelun laadusta, määritellä laatukriteerit palveluilleen, kehittää toimintaansa laatukriteereitä vastaavaksi ja tehostaa toimintaansa siten,

että se parantaisi kustannusrakennetta. Palveluiden hintaa voi myös asettaa vastaamaan kustannusrakennetta. (Reinboth 2008, 97-98.)

Palvelussa tapahtuva virhe ja asiakkaan tyytymättömyys palveluun ovat eri asioita ja ne on hyvä erottaa toisistaan. Yhteinen tekijä niille molemmille on kuitenkin se, että niiden suhteen tulisi toimia mahdollisimman pian, jotta saataisiin korjattua asiat niin, että kaikki osapuolet olisivat tyytyväisiä. Laadukas asiakaspalvelu edellyttää, että virheet voidaan ennaltaehkäistä mahdollisimman hyvin tai, että virheen sattuessa sen korjaaminen voidaan hoitaa mahdollisimman nopeasti. Virheistä ja asiakkaiden tyytymättömyystilanteista kannattaa ottaa opiksi tulevia tilanteita varten.

Tyytymättömyystilanteet voidaan käydä läpi esimerkiksi kolmen vaiheen kautta. Käydään tilanne läpi ensiksi asiakkaan kanssa, sitten työntekijän tai työntekijöiden kanssa ja sen jälkeen mietitään, miten toimintaa voidaan kehittää, jotta pystytään minimoimaan samantyyppiset virhetilanteet tulevaisuudessa. Asiakkaan antama palaute on myös tärkeää. Häntä kannattaa houkutella antamaan palautetta hänen kokemistaan puutteista tai virheistä, jotta asiakasta voidaan palvella paremmin tulevaisuudessa. Palautteen antaminen tulee myös tehdä mahdollisimman helpoksi. Esimerkiksi kun asiakas on poistumassa yrityksen tiloista, niin työntekijä on ovella varmistamassa, että kaikki asiakkaat lähtevät sieltä tyytyväisinä pois. Jos näin ei ole, niin voidaan helposti selvittää, mikä on aiheuttanut asiakkaan tyytymättömyyden. (Reinboth 2008, 101-103.)

### 3 Empiirinen tutkimus

#### 3.1 Suomi-Seuran esittely

Costa Blancan Suomi-Seura on Espanjan kaakkoisrannikolla Torreviejan kaupungissa toimiva, vuonna 1986 perustettu yhdistys. Seura pyrkii vahvistamaan Seuran jäsenten kanssakäymistä, vaalimaan suomalaisten etuja Espanjassa ja verkottamaan Costa Blancan alueella asuvia suomalaisia toisiinsa. Suomi-Seura järjestää myös ohjelmaa, kuten erilaisia retkiä ja matkoja eri puolille Espanjaa ja perinteeksi on muodostunut myös joulukuussa pidettävä Suomen Itsenäisyyspäivän juhla. Torreviejan kaupungista voin omien kokemusteni perusteella sanoa, että se on viihtyisä, sopivan kokoinen kaupunki, eikä mikään miljoonien ihmisten asuttama ja ruuhkauttava metropoli. Siellä on mahtava ja lämmin ilmasto, joten se on Suomen ilmastoon tottuneille erittäin hyvä paikka lomailuun ja vaikka vähän pidemmänkin ajan viettämiseen. Suomi-Seuran verkkosivujen etusivulla Torreviejan kaupunkia, Costa Blancan aluetta ja Suomi-Seuran toimintaa mainostetaankin seuraavalla tavalla:

”Tervetuloa Torreviejaan ja Suomi-Seuraan! Torrevieja on mainio kaupunki viettää pidempiä tai lyhyempiä aikoja ja täältä löytyy aina tekemistä jokaiselle. Upeat rannat, hyvä ruoka, loistava ilmasto ja ystävälliset ihmiset ovat ensimmäisiä asioita, joita Torreviejan alueesta yleensä mainitaan. Suomi-Seura tarjoaa paljon mahdollisuuksia harrastaa, tavata tuttuja ja löytää uusia. Tutustu sivustoomme, tule käymään toimistolla ja liity mukaan.” (Costa Blanca Suomi-Seura, a.)

Suomi-Seuran toimitiloissa palvelee toimisto, jonne jäsenet voivat maksaa jäsenmaksunsa ja uudet jäsenet voivat liittyä Seuran jäseniksi. Toimistossa voi myös ilmoittautua mukaan Seuran järjestämille matkoille sekä muihin tapahtumiin ja hoitaa myös asiaan kuuluvat maksut sinne. Toimiston väki pyrkii auttamaan ihmisiä myös muissa kysymyksissä, joihin he tarvitsevat apua.

Seuran jäsenenä saa monenlaisia etuja ja palveluita. Seuralla on erilaisia kerhoja, joiden toimintaan jäsenet pääsevät mukaan. Seuran toimitiloissa on myös kirjasto, jonka laajasta valikoimasta voi lainata kirjoja ja elokuvia sekä käyttää tietokoneita 30 minuuttia päivässä. Seuran tiloissa on myös langaton Wi-Fi-verkkoyhteys, joten jäsenet voivat käyttää Internetiä seuran toimitiloissa omilla laitteillaan. Terveysinfon palvelut ovat jäsenten käytössä ja siellä voi käydä mittaamassa muun muassa verenpaineen, kolesterolin ja hemoglobiinin. Suomi-Seuran kahvio palvelee myös Seuran jäseniä. Kahviosta saa luonnollisesti kahvia sekä pullaa ja muuta pientä purtavaa, joiden lisäksi jokaisena arkipäivänä keskiviikkoa lukuun ottamatta on mahdollisuus nauttia lämmin ruoka, jonka hinta vaihtelee viidestä seitsemään euroon riippuen tarjolla olevasta ruuasta. Keskiviikkona ei lämmintä

ruokaa tarjoilla, sillä kaupungin suomalaisella seurakunnalla on silloin ruokailu ja ruokatarjoilua ei olla haluttu laittaa sen kanssa päällekkäin. (Costa Blanca Suomi-Seura a.)

Muita jäsenetuja ovat edullisempi hinta Seuran järjestämille matkoille ja retkille, osallistumismahdollisuus kielikursseille sekä tulkkipalvelut. My Dream –nimisestä intialaisesta ravintolasta saa 10% alennuksen ruuista ja Archenan kylpylästä saa 15% alennuksen voimassa olevaa jäsenkorttia näyttämällä. Kylpyläalennuksen saavat myös mukana olevat perheenjäsenet, vaikka he eivät olisi jäseniä. (Costa Blanca Suomi-Seura b.)

Suomi-Seuran nykyiset toimitilat sijaitsevat Torre Viejan keskustassa melko keskeisellä paikalla. Vuoden 2015 maaliskuussa järjestetyssä kevätkokouksessa hallitus esitti, että seuralle hankittaisiin uudet, avarammat ja toimivammat tilat. Uudet tilat on nyt saatu ostettua ja nyt alkaakin olla ajankohtaista niiden kunnostaminen, jotta Seura pääsee muuttamaan uusiin tiloihin vuoden 2016 aikana. Ponnistelun kruunaavat sitten syksyllä 2016 Suomi-Seuran 30-vuotisjuhlat. Nykyiset toimitilat ovat ahtaat. Tilat sijaitsevat kerrostalon toisessa kerroksessa ja sinne johtava rappukäytävä on melko kapea. Talosta löytyy myös hissi, mutta itsekin sitä testanneena voin todeta, että en enää sillä uudestaan menisi, jos ei aivan pakko olisi. (Suomi & Airio 2015, 26.)

### **3.2 Tutkimusote**

Kvantitatiivisella eli määrällisellä tutkimuksella voidaan kuvata ja tulkita tutkittavia asioita sellaisilla menetelmillä, joilla kerätään numeerisia tutkimusaineistoja. Kyselylomaketta käytettäessä lomake sisältää yleensä pääosin suljettuja eli strukturoituja kysymyksiä. Määrällisellä tutkimuksella siis mitataan valittuja asioita ja tulokseksi saadaan aineisto, jonka tuloksia voidaan analysoida käyttämällä erilaisia tilastollisia analysointimenetelmiä, kuten SPSS-ohjelmaa. (Vilpas 2013, 1.)

Kvantitatiivisella tutkimuksella pyritään siis selittämään vastauksista saatua aineistoa käyttämällä tilastollisia tunnuslukuja, joita aineistosta saadaan esimerkiksi juuri SPSS:n tai jonkin muun analysointimenetelmän avulla. Riippuvuuksien etsiminen, ilmiöiden selittäminen ja asioiden kehityksen ennustaminen voivat myös olla aineistoanalyysien tavoitteita. Aineistot tulee analysoida, sillä raaka-aineistossa on yleensä niin paljon lukuja, että niistä ei sellaisenaan oikein pysty tekemään päätelmiä tutkimuksen kohteesta. Luotettavien tutkimustulosten saamiseksi tutkimusaineiston tulee olla riittävän suuri ja edustava, että saadaan mahdollisimman laaja kirjo eri ihmisten vastauksia. (Vilpas 2013, 1.)



Tämän tutkimuksen tekemiseen valittiin kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä juuri sen vuoksi, koska tarkoitus oli saada mahdollisimman laaja vastaajajoukko vastaamaan tutkimukseen, jotta heidän vastaustensa perusteella voidaan kehittää Costa Blancan Suomi-Seuran toimintaa.

### 3.3 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmät ovat niitä aineistonkeruutapoja, joilla kerätään tietoa erilaisia tutkimuksia tehtäessä. Tutkimuksen suunnittelussa ja tutkimusmenetelmien valinnassa tulee miettiä, mitkä menetelmät ovat parhaita oman tutkimuksen tekemiseen, että saadaan aineistosta mahdollisimman paljon informaatiota irti. Tutkimusongelmasta koko tutkimus lähtee liikkeelle ja pääasia olisi, että tähän asetettuun ongelmaan saataisiin tulosten avulla vastaus. Sen vuoksi oikeiden aineistonkeruumenetelmien pohtiminen on tärkeää. (Saukkonen 2015.)

Tutkimusmenetelmien huolellinen miettiminen ja valitseminen on tärkeää myös sen vuoksi, että tulosten validius ja reliaabelius olisivat hyvällä tasolla. Ne ovat siis käsitteitä, jotka liittyvät tutkimustulosten luotettavuuteen tiedon tuottajina. Reliaabeliudella tarkoitetaan huolellisesti tehtyä tutkimusta, että saatuja tutkimustuloksia voidaan pitää toistettavina, eivätkä ne saisi olla sattumanvaraisia. Validius on yleensä reliabiliteettia ratkaisevampi laadun kriteeri, koska sillä tarkoitetaan mahdollisia systemaattisia ongelmia tutkimuksen tekemisessä tai tulkinnassa. Yleisesti validiudella tarkoitetaan tehtyjen johtopäätösten luotettavuutta, eli sitä, että tutkimuksessa noudatetaan tutkimussuunnitelmaa ja tutkitaan sitä mitä piti alunperinkin tutkia. Yleensä validiuden voi jakaa kahtia ulkoiseen ja sisäiseen validiuteen ja ne ovat yhdessä kokonaisvalidius. Sisäinen validius viittaa tutkimusprosessin toteutuksen systemaattiseen luotettavuuteen ja ulkoinen validius tutkimustulosten yleistettävyyteen annetussa kontekstissa. (Saukkonen 2015.)

Aineistonkeruumenetelmiä ovat esimerkiksi kysely, haastattelu ja havainnointi. Kyselyssä käytetään erilaisia lomakkeita, joilla koitetaan saada vastauksia ja tietoa suurelta ihmisjoukolta. Kyselylomakkeita voi jakaa postikyselyllä, että lomakkeita jaetaan mahdollisille vastaajille eri kanavia pitkin tai sitten voidaan toteuttaa kontrolloitu kysely, jossa tutkija voi osallistua itse lomakkeen jakamiseen, tutkimuksesta kertomiseen ja saatujen vastausten tarkistamiseen. Haastattelu on kyselylomaketta vapaampi tiedonkeruumuoto, jossa vastaaja vastaa omilla termeillään ja ilmaisutavoillaan annettuihin kysymyksiin. Haastattelun eri muotoja ovat strukturoitu eli lomakehaastattelu, avoin tai syvähaastattelu tai sitten teema- ja puolistrukturoituhaastattelu, jossa yhdistellään haastattelututkimuksen eri muotoja. Havainnointitutkimuksissa tutkija tutkii erilaisia tilanteita, tapahtumia ja käyttäytymistä

ja pyrkii ylittämään sen ongelman, että ihmisten erilaiset vastaukset eri kysymyksiin eivät aina kerro heidän todellisista ajatuksistaan tai käyttäytymismalleistaan eri tilanteissa. Havainnointimenetelmien ääripäinä pidetään melko hyvin suunniteltua systemaattista havainnointia ja osallistuvaa havainnointia, jossa tutkija on yksi mukana tutkimuksessa olevista henkilöistä. (Saukkonen 2015.)

Costa Blancan Suomi-Seuran jäsenyytyväisyyskyselyn tekemiseen käytettiin kyselylomaketta, jossa oli mukana pari avointa kysymystä, mutta suurin osa oli strukturoituja kysymyksiä, joissa oli annettu vastausvaihtoehdot valmiiksi. Tämän menetelmän valitsemiseen päädyttiin, koska Suomi-Seuralla on paljon jäseniä ja heidän tietojen keräämiseen yleisesti jaettava lomake on melko yksinkertainen tiedonkeruumenetelmä. Saatujen vastausten analysointikin on helpompaa ja lukujen, kuten vastausten keskiarvojen, laskeminen on paljon helpompaa, kun vastausvaihtoehdot on annettu valmiiksi. Kyselylomakkeita oli tuostettuna Suomi-Seuran toimitiloissa, jossa jäsenet saivat vastata kyselyyn ja palauttaa sen Seuran toimistoon. Lomake oli myös sähköisesti seuran nettisivuilta avattavissa ja muutama vastaus tuli sitä kautta sähköpostin välityksellä. Paperilomakkeen ja sen sähköisen version lisäksi kyselystä tehtiin myös Webropol-lomake, jonka kautta tuli yhteensä kahdeksan vastausta kyselyyn.

Tulosten läpikäymisessä käytetään validia vastausprosenttia, eli jätän huomioimatta kysymyksiin vastaamatta jättäneet henkilöt. Esimerkiksi, jos 91 vastaajasta viisi on jättänyt vastaamatta, niin vertaan eri vastausvaihtoehtojen vastausmääriä siihen kokonaismäärään kuinka moni siihen kyseiseen kohtaan on vastannut, eli 86 tässä tapauksessa. Eli jos vajaa kaksikymmentä vastaajaa on täysin samaa mieltä asiasta niin sen vaihtoehdon vastausprosentti on silloin noin neljäsosa eli lähellä 25 prosenttia. Valitsin validin prosentin käytön kokonaisprosentin käytön sijaan sen vuoksi, että mielestäni tällä tavoin saa tarkemman kuvan siitä, että kuinka moni on vastannut eri kysymyksiin eri vastauksilla.

### **3.4 Tutkimuksen tavoite ja kehittämistehtävä**

Tutkimuksen tavoitteena oli siis selvittää Costa Blancan Suomi-Seuran jäsenten tyytyväisyys seuran toiminnan eri osa-alueisiin. Kehittämistehtävä tälle tutkimukselle oli yksinkertaisesti se, että saatujen vastausten perusteella Suomi-Seuran asioista päättävät henkilöt voivat toivon mukaan kehittää seuran toimintaa, jotta nykyiset ja tulevatkin jäsenet pysyisivät paremmin tyytyväisinä ja voitaisiin palvella Costa Blancan alueella viihtyviä suomalaisia entistä paremmin. Espanja on hieno maa ja Torrevieja on hieno paikka viettää aikaa, joten hyvien palveluiden tarjoamiseen tulisi panostaa.

## 4 Empiirisen tutkimuksen tulokset

Kyselytutkimukseen vastanneet ihmiset olivat siis Costa Blancan Suomi-Seuran jäseniä. Vastanneista miehiä oli 47 eli 52,2% ja naisia 43 eli 47,8%. Vastaajien sukupuolet jakautuivat melko tasaisesti. Yksi vastaaja ei jostain syystä kertonut sukupuoltaan. Ikäjakauma vastaajien keskuudessa oli melko laaja. Jos jätän itseni (24-vuotias) pois laskuista, niin nuorin vastaaja oli 42-vuotias ja vanhin 86-vuotias. Kolme vastaajaa jättivät ikänsä kertomatta. Melko suuri osa eli 68 vastaajaa asettui ikähaarukkaan 60-76 vuotta.

### 4.1 Muita perustietoja vastaajista

Kysyttäessä sitä, ovatko vastaajat kirjoilla Espanjassa eli niin sanottuja residenttejä, niin 31 vastaajaa (34,1%) ilmoittivat olevansa residenttejä ja 60 (65,9%) eivät ole. Noin kolmasosa vastaajista oletettavasti viettää Espanjassa enemmänkin aikaa, kun ovat residentteiksi ilmoittautuneet. Seuraava kysymys koski elämänvaihetta ja vastaajista suurin osa eli 63 vastaajaa (70%) ovat parisuhteessa eläviä, 22 vastaajaa (24,4%) ilmoittivat itsensä yksineläviksi ja loppuvähemmistö eli viisi vastaajaa (5,6%) ovat lapsiperheitä. Yksi vastaaja jätti tuon elämänvaihe-kohdan tyhjäksi.

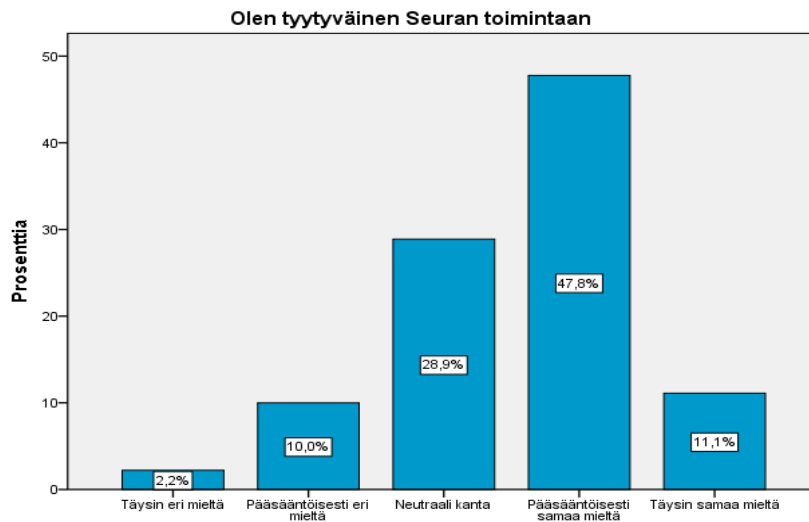
Sitten kysyttiin asumismuotoa eli sitä, että omistaako seuran jäsenet oman asunnon Espanjassa vai asuvatko he vuokralla. Suurin osa eli 70 vastaajaa (80,5%) asuvat omistusasunnossa ja 17 (19,5%) ovat vuokranneet sieltä asunnon. Asumismuodon jälkeen selvitettiin, kuinka ihmiset sitten liikkuvat eli kysyttiin, omistavatko he auton Espanjassa. 54 vastaajaa (60%) omistavat auton ja 36 (40%) eivät omista. Yksi vastaaja jätti kohdan tyhjäksi. Sitten selvitettiin, että kuinka ihmiset tavoitetaan sähköpostia käyttämällä ja suurin osa eli 84 vastaajaa (92,3%) ilmoittivat käyttävänsä sähköpostia ja loput seitsemän (eli 7,7%) eivät sähköpostia käytä.

Perustietojen lopuksi kysyttiin, että kuinka monta vuotta vastaajat ovat olleet Suomi-Seuran jäseniä. Muutamat olivat olleet jäseniä vasta alle vuoden ja pitkäaikaisin jäsen oli ollut jäsenenä jo 27 vuoden ajan. Alle vuoden ja kuuden vuoden välille asettui reilu puolet kaikista vastaajista eli 52,3% ja loput olivat sitten siinä kuuden ja 27 jäsenvuoden välillä. Yhteensä viisi vastaajaa (5,5%) jättivät tämän kohdan tyhjäksi.

### 4.2 Seuran toiminnan tärkeys

Seuraavaksi selvitettiin, kuinka tyytyväisiä he ovat Seuran toimintaan yleisellä tasolla. Kysymyksissä käytettiin suurimmaksi osaksi asteikkoa 1-5, jossa 1 tarkoittaa ”Täysin eri mieltä” ja numero 5 tarkoittaa ”Täysin samaa mieltä”. Ensimmäisenä kysyttiin, ovatko jä-

senet tyytyväisiä Seuran toimintaan yleisesti ottaen. Vastaukset olivat melko positiivisia (Kuvio 1.). Täysin samaa mieltä asiasta oli kymmenen vastaajaa eli 11,1% kysymykseen vastanneista. Pääsääntöisesti samaa mieltä oli 43 vastaajaa eli 47,8%. 26 vastaajaa eli 28,9% olivat neutraalilla kannalla ja jokseenkin eri mieltä oli yhdeksän vastaajaa, eli 10% vastaajista. kaksi vastaajaa (2,2%) olivat erittäin tyytymättömiä Seuran toimintaan ja he antoivat vastaukseksi numeron 1. Yksi vastaaja (1,1%) jätti kyseisen kohdan vastaamatta.



Kuvio 1. Jäsenten tyytyväisyys Suomi-Seuran toimintaan yleisellä tasolla.

Seuraavassa kysymyksessä selvitettiin, ovatko jäsenet tyytyväisiä Suomi-Seuran tarjoamiin palveluihin. Todella tyytyväisiä olivat 11 vastaajaa (12,4% kysymykseen vastanneista) ja pääosin tyytyväisiä olivat 44 vastaajaa (49,4%). Neutraalin kannan asiaan antoi 25 vastaajaa (28,1%), pääsääntöisesti tyytymättömiä oli seitsemän vastaajaa (7,9%) ja täysin tyytymättömiä kaksi vastannutta jäsentä (2,2%). Kaksi vastaajaa (2,2%) jättivät tämän kohdan vastaamatta.

Kolmantena asiana selvitettiin, kuinka hyvin Seuran toiminta on auttanut jäsenistöä sopeutumaan Espanjaan ja Torreviejaan. 15 vastaajaa (16,7%) kokevat sopeutuneensa Seuran avulla alueelle erittäin hyvin ja 24 (26,7%) melko hyvin. 28 vastaajaa (31,1%) antoi tähän neutraalin kannan, 15 (16,7%) eivät kokeneet Seurasta olleen kovin suurta apua ja kahdeksan vastaajaa (8,9%) kokivat ettei Seurasta ole ollut minkäänlaista apua alueelle sopeutumisessa. Yksi vastaaja (1,1%) jätti kohdan tyhjäksi.

Ystävät ovat tärkeitä ja sen vuoksi kysyttiin, ovatko jäsenet saaneet Seuran kautta ystäviä. 23 vastaajaa (25,3%) olivat täysin ja 25 (27,5%) jokseenkin samaa mieltä. 17 vastaajaa (18,7%) olivat neutraalilla kannalla, 15 (16,5%) jokseenkin eri mieltä ja 11 vastaajaa

(12,1%) täysin eri mieltä eli he kokivat, etteivät ole saaneet solmittua ystävyyssuhteita Seuran kautta. Kaikki tutkimukseen osallistuneet vastasivat tähän eli kukaan ei jättänyt kohtaa tyhjäksi.

Kysyttäessä sitä, suosittelevatko vastaajat kaverille Seuran jäseneksi liittymistä, niin iso osa eli 41 vastaajaa (45,1% kaikista) oli täysin samaa mieltä tästä. 19 vastaajaa (20,9%) olivat pääsääntöisesti samaa mieltä ja 18 (19,8%) neutraalilla kannalla. Pääsääntöisesti eri mieltä oli 11 vastaajaa (12,1%) ja täysin eri mieltä kaksi vastaajaa (2,2%). Kukaan ei jättänyt tätäkään kohtaa tyhjäksi vaan kaikki vastasivat tähän.

Seuraavaksi kysyttiin, kuinka tärkeitä Suomi-Seuran toiminta ja palvelut ovat yleisesti ottaen vastaajille. 14 vastaajaa (15,6%) kokivat palvelut erittäin tärkeiksi ja 35 vastaajaa (38,9%) melko tärkeiksi. 21 henkilöä (23,3%) olivat neutraalilla kannalla, 15 henkilöä (16,7%) pääsääntöisesti eri mieltä ja viisi vastaajaa (5,6%) olivat täysin eri mieltä Suomi-Seuran palveluiden ja toiminnan tärkeydestä. Yksi henkilö jätti tämän kohdan tyhjäksi.

Jäsenmaksu ja sen suuruuden sopivuus on merkittävä kysymys, kun miettii Seuraan liittymistä. Tässä kysymyksessä 28 vastaajaa (30,8%) kokivat maksun suuruuden täysin sopivaksi ja 23 (25,3%) pääosin sopivaksi. 20 vastaajaa (22%) olivat neutraalilla kannalla ja pääosin eri mieltä ja täysin eri mieltä jäsenmaksun suuruuden sopivuudesta oli molemmissa vaihtoehdoissa kymmenen vastaajaa eli 11% kummassakin. Kukaan ei jättänyt tätä kohtaa tyhjäksi.

Henkilökunnan ystävällisyys on tärkeä asia. 33 vastaajaa (36,3%) kokivat Suomi-Seuran henkilökunnan todella ystävälliseksi ja 32 (35,2%) pääsääntöisesti ystävällisiksi. Neutraalilla kannalla tässä kohdassa oli 16 (17,6%), jokseenkin eri mieltä ystävällisyydestä oli kahdeksan (8,8%) ja täysin eri mieltä kaksi (2,2%) vastaajaa. Kaikki vastasivat tähän kohtaan.

Henkilökunnan asiakaspalveluhenkisydestä täysin samaa mieltä oli 23 vastaajaa (25,3%), pääsääntöisesti samaa mieltä oli 33 vastaajaa (36,3%) ja neutraalilla kannalla 21 vastaajaa (23,1%). Pääsääntöisesti eri mieltä oli 11 (12,1%) ja täysin eri mieltä asiasta oli kolme vastaajaa (3,3%). Jokainen vastaaja vastasi tähänkin.

Henkilökunnan tulee olla hyvin selvillä Seuran asioista jos joku tulee kysymään jotain toimintaan liittyvää asiaa. Henkilökunnan asioista perillä olemisesta seitsemän vastaajaa (7,8%) olivat täysin samaa mieltä ja 36 (40%) pääsääntöisesti samaa mieltä. Neutraalin kannan vastasivat 35 (38,9%) vastaajaa, pääsääntöisesti eri mieltä asiasta oli kahdeksan

(8,9%) henkilöä ja täysin eri mieltä neljä (4,4%) henkilöä. Yksi vastaaja jätti tämän kohdan tyhjäksi.

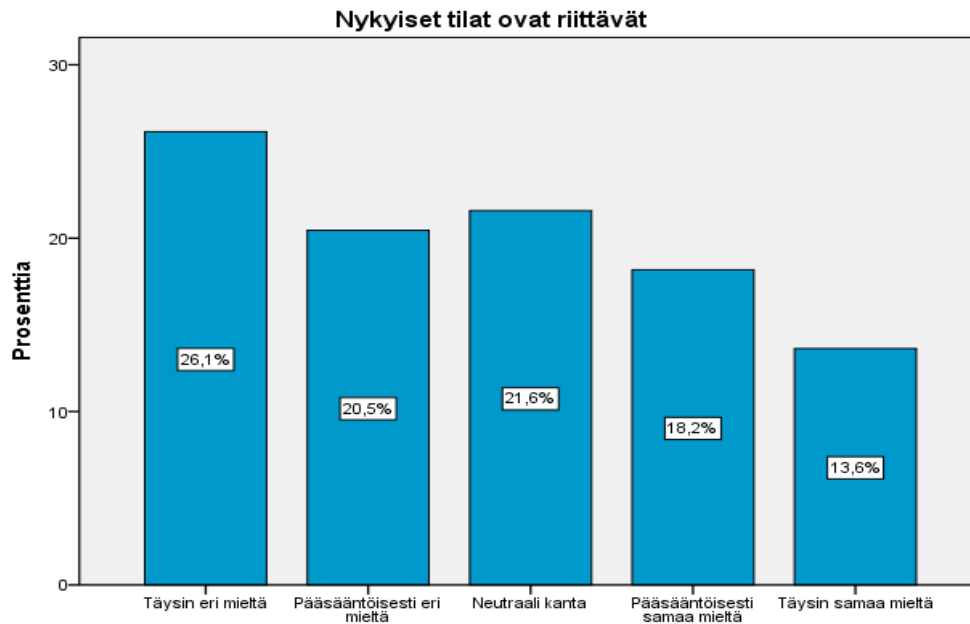
Seuran kirjastossa on jäsenien käyttöön tarkoitettuja tietokoneita ja niiden hyvästä saatavuudesta ja käytettävissä olemisesta oli täysin samaa mieltä 20 vastaajaa (23,3%), pääsääntöisesti samaa mieltä 27 vastaajaa (31,4%) ja neutraalilla kannalla 32 vastaajaa (37,2%). Pääsääntöisesti eri mieltä oli viisi (5,8%) ja täysin eri mieltä asiasta oli kaksi (2,3%) vastaajaa. Viisi henkilöä (5,5%) jättivät tämän kohdan tyhjäksi. Sen jälkeen kysyttiin tietotekniikkaan liittyen, että miten tärkeäksi jäsenet kokevat heidän käyttöönsä tarkoitetun langattoman Wi-Fi-verkon. Täysin samaa mieltä asiasta oli 42 vastaajaa eli puolet tähän vastanneista (50%), jokseenkin samaa mieltä oli 11 vastaajaa (13,1%), neutraalilla kannalla 18 (21,4%) vastaajaa, jokseenkin eri mieltä neljä (4,8%) ja täysin eri mieltä yhdeksän (10,7%) vastaajaa. Yhteensä seitsemän henkilöä (7,7%) jättivät vastaamatta langattoman verkon tärkeyteen.

Seuran jäsenillä on myös mahdollisuus käyttää tulkkipalveluita ja tämän palvelun koki erittäin tärkeäksi 31 vastaajaa (35,6%) ja jokseenkin tärkeäksi 16 vastaajaa (18,4%). Neutraalilla kannalla oli 19 vastaajaa (21,8%), pääsääntöisesti eri mieltä tulkkipalveluiden tärkeydestä oli 15 (17,2%) ja täysin eri mieltä kuusi (6,9%) vastaajaa. Yhteensä neljä henkilöä (4,4%) jättivät vastaamatta tähän joten vastausprosentiksi muodostui 95,6%. Seuran toiminnan tärkeys –osion lopuksi kysyttiin vielä, että kuinka monta kertaa jäsenet ovat tulkkipalveluita käyttäneet. Tähän kysymykseen vastasi vain 54 kaikista 91 vastaajasta, eli vastausprosentti kysymykseen oli 59,3%. 39 vastaajaa (72,2% tähän kysymykseen vastanneista) eivät olleet käyttäneet palvelua kertaakaan, kahdeksan vastaajaa (14,8%) ilmoittivat käyttäneensä palvelua kerran, kaksi vastaajaa (3,7% tähän vastanneista) olivat käyttäneet palvelua kaksi kertaa ja kolme vastaajaa (5,6%) olivat käyttäneet palvelua kolme kertaa. Yksi vastaaja (1,9%) ilmoitti käyttäneensä palvelua neljä kertaa ja yksi vastaaja (1,9%) vastasi käyttäneensä Seuran tulkkipalveluita peräti 20 kertaa.

#### **4.3 Tyytyväisyys Seuran toimitiloihin**

Seuraava aihealue kyselytutkimuksessa liittyi Suomi-Seuran toimitiloihin. Ensiksi selvitetiin, ovatko jäsenet tyytyväisiä toimitilojen siisteyteen. Täysin tyytyväisiä oli 16 vastaajaa (18,4% vastanneista), pääosin samaa mieltä oli 28 vastaajaa (32,2%) ja neutraalilla kannalla oli 33 vastaajaa (37,9%). Pääosin eri mieltä oli kahdeksan (9,2%) ja täysin eri mieltä kaksi (2,2%) vastaajaa. Neljä henkilöä (4,4%) jättivät kohdan tyhjäksi.

Sitten kysyttiin nykyisten toimitilojen riittävyydestä (Kuvio 2). Täysin samaa mieltä oli 12 (13,6%) ja pääosin samaa mieltä 16 (18,2%) vastaajaa. Neutraalilla kannalla oli 19 (21,6%), pääsääntöisesti eri mieltä 18 (20,5%) ja täysin eri mieltä 23 (26,1%) vastaajaa. Vastausprosentti oli 96,7%, sillä kolme henkilöä jättivät kohdan tyhjäksi. Seuraava kohta käsitteli tilojen valoisuutta, tilavuutta ja muuta mukavuutta. Täysin samaa mieltä oli kahdeksan (8,8%) ja pääosin samaa mieltä oli 13 (15,1%) vastaajaa. Neutraalin kannan antoi 21 (24,4%) vastaajaa, pääosin eri mieltä oli 27 (31,4%) ja täysin eri mieltä oli 17 (19,8%) vastaajaa. Viisi vastaajaa (5,5%) jättivät kohdan tyhjäksi.



Kuvio 2. Nykyisten toimitilojen riittävyys

Toimitilaosuuden loppuksi kysyttiin vielä, että olisiko tilojen sijaitseminen katutasossa tärkeää (Taulukko 1). 28 vastaajaa (31,8%) olivat täysin samaa mieltä ja 28 (31,8%) pääosin samaa mieltä asiasta. 18 henkilöä (20,5%) olivat neutraalilla kannalla, viisi (5,7%) pääosin eri mieltä ja yhdeksän (10,2%) täysin eri mieltä asiasta. Kolme vastaajaa (3,3%) jättivät kohdan tyhjäksi.

Taulukko 1. Tilojen sijaitseminen katutasossa sijaitsemisen tärkeys.

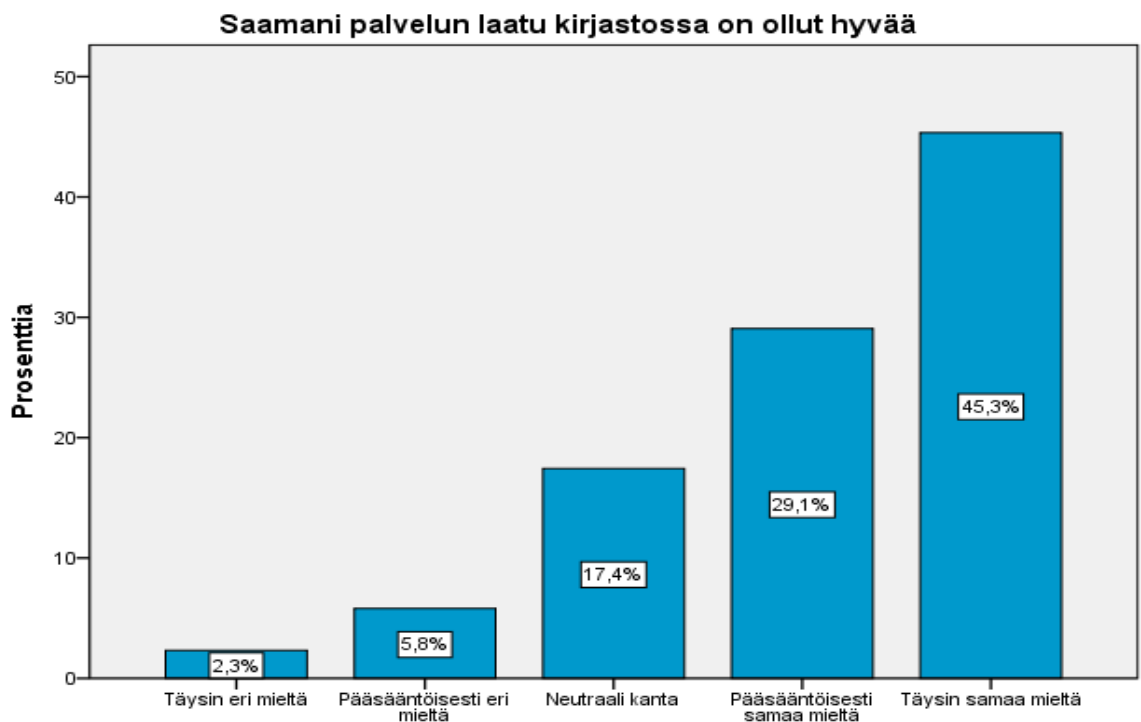
<b>Tilojen sijainti katutasossa olisi mielestäni tärkeää</b>				
	Vastaukset	Kokonais% kaikista vastaajista	%-osuus tähän vastanneista	Kumulatiivinen Prosentti
Täysin eri mieltä	9	9,9	10,2	10,2
Pääsääntöisesti eri mieltä	5	5,5	5,7	15,9
Neutraali kanta	18	19,8	20,5	36,4
Pääsääntöisesti samaa mieltä	28	30,8	31,8	68,2
Täysin samaa mieltä	28	30,8	31,8	100,0
Vastaukset yht.	88	96,7	100,0	
Puuttuu	3	3,3		
Kaikki yhteensä	91	100,0		

#### 4.4 Kirjastopalvelut

Seuran kirjastopalvelut tarjoavat laajan valikoiman kirjoja ja elokuvia, joita jäsenet saavat vuokrata ja näiden palveluiden tärkeyttä ja toimivuutta koski seuraava osio tässä tutkimuksessa. Aluksi kysyttiin, ovatko kirjastopalvelut jäsenille tärkeitä. 50 vastaajaa (56,8%) pitivät kirjastopalveluita erittäin tärkeinä ja 21 (23,9%) jokseenkin tärkeinä. Kymmenen vastaajaa (11,4%) olivat asiassa neutraalilla kannalla, kolme (3,4%) pääsääntöisesti eri mieltä ja neljä (4,5%) jäsentä olivat täysin eri mieltä kirjastopalveluiden tärkeydestä. Kolme (3,3%) vastaajaa jättivät tämän kohdan tyhjäksi.

Kirjastopalveluiden toimivuudesta 35 vastaajaa (39,8%) oli täysin samaa mieltä ja 33 (37,5%) pääosin samaa mieltä. 14 (15,9%) oli neutraalilla kannalla, pääsääntöisesti eri mieltä kolme vastaajaa (3,4%) kuten myös täysin eri mieltä oli 3 (3,4%) vastaajaa. Kolme henkilöä (3,3%) jättivät kohdan tyhjäksi. Kirjasto-osion lopuksi kysyttiin vielä, onko kirjastossa saadun palvelun laatu ollut hyvää vastaajien mielestä (Kuvio 3). Täysin samaa mieltä asiasta oli 39 (45,3%), pääosin samaa mieltä 25 (29,1%) ja neutraalilla kannalla oli 15 (17,4%) vastaajaa. Pääsääntöisesti eri mieltä palvelun laadusta oli viisi (5,8%) vastaajaa ja täysin eri mieltä kaksi (2,3%) vastaajaa. Viisi tutkimukseen osallistunutta (5,5%) jättivät vastaamatta tähän kysymykseen.





Kuvio 3. Jäsenten arvio kirjastopalveluiden palvelun hyvästä laadusta.

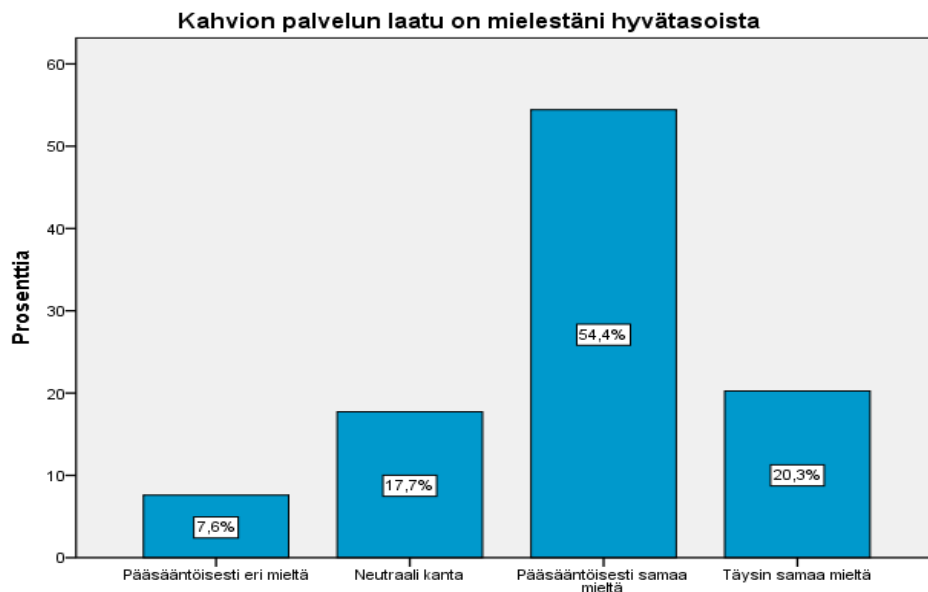
#### 4.5 Kahviopalvelut

Kahviopalvelut olivat seuraavaksi käsitellyssä kyselylomakkeella. Kahvio on oivallinen tapa viettää aikaa ja tutustua uusiin ihmisiin. Aluksi selvitettiin, pitävätkö jäsenet kahviopalveluita tärkeinä. Täysin samaa mieltä asiasta oli 44 jäsentä (50% vastanneista), pääsääntöisesti samaa mieltä 23 (26,1%), neutraalilla kannalla kymmenen vastaajaa (11,4%), pääsääntöisesti eri mieltä kuusi (6,8%) ja täysin eri mieltä viisi (5,7%) vastaajaa. Kolme jäsentä (3,3%) jättivät kohdan kokonaan tyhjäksi.

Seuraavaksi kysyttiin kahviopalveluiden toimivuudesta. Täysin samaa mieltä kyseisestä asiasta oli 18 (20,5%) vastaajaa, pääsääntöisesti samaa mieltä 36 (40,9%), neutraalilla kannalla 22 (25%) vastaajaa, pääsääntöisesti eri mieltä kymmenen (11,4%) ja täysin eri mieltä kaksi (2,3%) vastaajaa. Kolme henkilöä (3,3%) kaikista jättivät kohdan tyhjäksi. Sitten tiedusteltiin tuotevalikoiman laajuuden riittävyyttä, että pitävätkö jäsenet tarjolla olevan tuotevalikoiman laajuutta hyvänä. Täysin samaa mieltä tuotevalikoiman laajuuden hyvydestä oli 14 vastaajaa (16,3%), pääsääntöisesti samaa mieltä 25 (29,1%), neutraalilla kannalla 38 (44,2%), pääsääntöisesti eri mieltä seitsemän (8,1%) ja täysin eri mieltä kaksi (2,3%) vastaajaa. Viisi henkilöä eivät vastanneet tähän kohtaan.

Saatavilla olevasta lämpimän ruuan tärkeydestä kysyttäessä 20 vastaajaa (22,7%) olivat täysin samaa mieltä asiasta, 28 vastaajaa (31,8%) olivat pääsääntöisesti samaa mieltä ja 23 (26,1%) olivat neutraalilla kannalla. Pääsääntöisesti eri mieltä olivat 12 (13,6%) ja täysin eri mieltä viisi (5,7%) vastaajaa. Kolme henkilöä (3,3%) eivät vastanneet tähän kohtaan ollenkaan. Lämpimään ruokaan liittyen kysyttiin sitten vielä, että pitävätkö jäsenet ruuan hinta-laatu-suhdetta hyvänä. Täysin samaa mieltä oli 24 vastaajaa (29,6%), pääsääntöisesti samaa mieltä 29 (35,8%), neutraalilla kannalla 22 (27,2%) ja pääsääntöisesti eri mieltä kuusi (7,4%) vastaajaa. Kukaan ei ollut asiasta täysin eri mieltä ja yhteensä kymmenen vastaajaa (11%) jättivät kohdan tyhjäksi.

Lopuksi kysyttiin vielä kahvion palvelun laadusta, että ovatko jäsenet saaneet hyvää palvelua kahviossa asioidessaan (Kuvio 4). Täysin samaa mieltä palvelun hyvästä laadusta oli 16 vastaajaa (20,3%), pääsääntöisesti samaa mieltä 43 (54,4%) vastaajaa, neutraalilla kannalla 14 (17,7%) ja pääsääntöisesti eri mieltä kuusi (7,6%) vastaajaa. Kukaan ei ollut tässäkään täysin eri mieltä asiasta ja yhteensä 12 tutkimukseen osallistuneista jäsenistä (13,2%) jättivät kohdan vastaamatta.



Kuvio 4. Jäsenten arvio kahvion palveluiden hyvästä laadusta.

#### 4.6 Matkat ja Seuran järjestämät muut tapahtumat

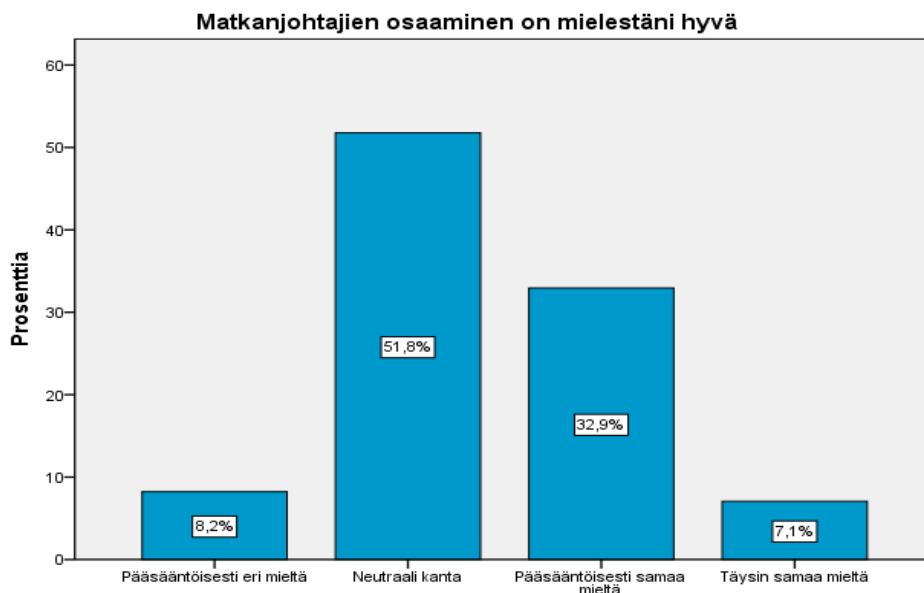
Kyselytutkimuksen seuraavassa osiossa käsiteltiin Suomi-Seuran matkoja ja seuran järjestämiä muita tapahtumia, kuten syksyn avajaisfiestaa, pikkujouluja yms. Ensiksi kysyttiin, onko järjestettyjen matkojen määrä hyvä. Täysin samaa mieltä oli 14 (16,1%) ja pääsääntöisesti samaa mieltä 32 (36,8%) vastaajaa. 31 vastaajaa (35,6%) olivat neutraalilla kannalla, kahdeksan (9,2%) vastaajaa olivat pääsääntöisesti eri mieltä ja kaksi vastaajaa

(2,3%) täysin eri mieltä matkojen määrän sopivuudesta. Yhteensä neljä henkilöä (4,4%) jättivät vastaamatta tähän kohtaan.

Matkojen määrän sopivuuden jälkeen selvitettiin, kuinka sopivana jäsenet pitivät matkojen hintoja. Kuusi jäsentä (6,9%) pitivät hintoja täysin sopivana, 30 (34,5%) pitivät hintoja pääsääntöisesti sopivana, 34 (39,1%) olivat neutraalilla kannalla, 12 (13,8%) olivat pääsääntöisesti eri mieltä ja viisi (5,7%) vastaajaa olivat täysin eri mieltä matkojen hintojen sopivuudesta. Neljä vastaajaa (4,4%) jättivät kohdan tyhjäksi.

Matkakohteiden laatu on myös tärkeä asia ja jäsenien mielipidettä kohteiden hyvästä laadusta selvitettiin seuraavaksi. Täysin samaa mieltä oli yhdeksän (10,5%) vastaajaa, pääsääntöisesti samaa mieltä 37 (43%) vastaajaa ja 30 (34,9%) vastaajaa olivat neutraalilla kannalla. Pääsääntöisesti eri mieltä olivat seitsemän (8,1%) ja täysin eri mieltä oli kolme (3,5%) vastaajaa. Viisi jäsentä (5,5%) jättivät kohdan tyhjäksi.

Matkanjohtajien on hyvä osata asiansa ja jäseniltä tiedusteltiin seuraavaksi heidän mielipidettään matkanjohtajien osaamisen hyvyydestä (Kuvio 5). Täysin samaa mieltä oli kuusi (7,1%) vastaajaa, pääsääntöisesti samaa mieltä 28 (32,9%) vastaajaa ja neutraalilla kannalla oli 44 (51,8%) vastaajaa. Pääsääntöisesti eri mieltä asiasta oli seitsemän (8,2%) vastaajaa ja kukaan ei ollut asiasta täysin eri mieltä. Kuusi henkilöä (6,6%) jättivät kyseisen kohdan tyhjäksi.



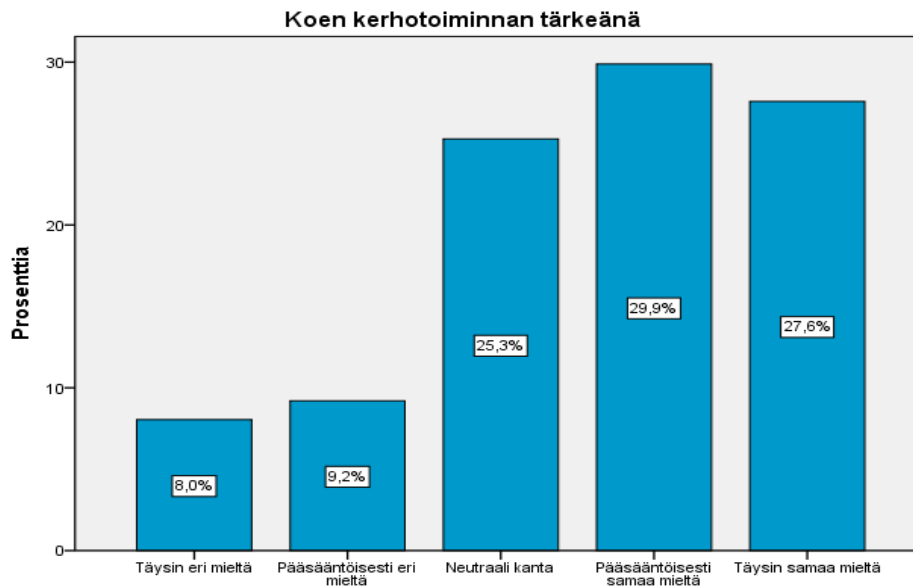
Kuvio 5. Jäsenten mielipide matkanjohtajien osaamisen hyvästä tasosta.

Seuraavaksi kysyttiin, pitävätkö jäsenet muiden tapahtumien, kuten syksyn avajaisfiestan, pikkujoulujen ja muiden sellaisten tapahtumien määrää sopivana. Täysin sopivana tätä piti kahdeksan vastaajaa (9,3%), pääsääntöisesti samaa mieltä asiasta oli 34 (39,5%) vastaajaa, neutraalilla kannalla oli 40 (46,5%) vastaajaa ja pääsääntöisesti eri mieltä neljä (4,7%) vastaajaa. Kukaan ei ollut tästäkään asiasta täysin eri mieltä. Yhteensä viisi henkilöä (5,5%) jättivät kohdan vastaamatta. Sitten kysyttiin jäsenten mielipidettä muiden tapahtumien laadusta. Täysin tyytyväisiä tapahtumien laatuun oli viisi (5,7%) jäsentä, pääosin tyytyväisiä oli 26 (29,9%) vastaajaa ja neutraalilla kannalla oli 53 (60,9%) jäsentä. Pääsääntöisesti eri mieltä asiasta oli kolme (3,4%) jäsentä ja kukaan ei ollut täysin eri mieltä asiasta. Neljä henkilöä (4,4%) jättivät vastaamatta tähän kohtaan.

Matka- ja tapahtumaosuuden lopuksi kysyttiin vielä, että kuinka tärkeänä Suomi-Seuran jäsenet pitävät Itsenäisyyspäivän juhlaa, joka järjestetään Suomen Itsenäisyyspäivänä eli joulukuun 6. päivänä. Todella tärkeänä sitä piti 29 (34,1%) jäsentä ja pääsääntöisesti tärkeänä 14 (16,5%) jäsentä. Neutraalilla kannalla oli 27 (31,8%) jäsentä, pääsääntöisesti eri mieltä seitsemän (8,2%) jäsentä ja täysin eri mieltä kahdeksan (9,4%) jäsentä. Kuusi henkilöä (6,6%) jättivät vastaamatta tähän kohtaan.

#### **4.7 Kerhot ja kielikurssit**

Kerhot ja kielikurssit ovat myös hyviä ajanvietteitä joita Suomi-Seura järjestää ja kielikursseilla voi oppia espanjaa, jonka osaamisesta on hyötyä kaupungilla, kun Espanjassa ihmiset eivät englantia niin hyvin puhu. Tämän osion alussa kysyttiin aluksi sitä, että kokeeko jäsenet Seuran kerhotoiminnan tärkeänä (Kuvio 6). Täysin samaa mieltä asiasta oli 24 (27,6%) vastaajaa, pääsääntöisesti samaa mieltä 26 (29,9%) ja neutraalilla kannalla oli 22 (25,3%) jäsentä. Kerhotoimintaa ei kokenut kovin tärkeäksi kahdeksan (9,2%) jäsentä ja yhtään tärkeäksi kerhotoimintaa ei kokenut seitsemän (8%) jäsentä. Neljä jäsentä (4,4%) jättivät vastaamatta tähän kohtaan.



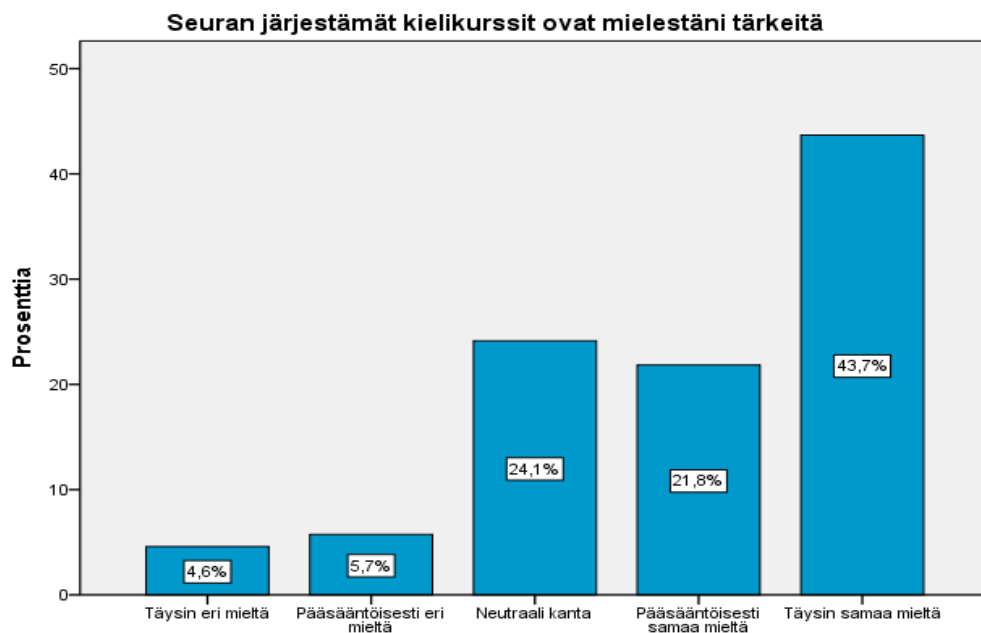
Kuvio 6. Jäsenten mielipide kerhotoiminnan tärkeydestä.

Ystävät ja tutut ovat tärkeitä ja seuraavaksi kysyttiin, ovatko jäsenet saaneet kerhoista kontakteja, joiden kanssa tulee vietettyä aikaa kerhojen ulkopuolellakin. Täysin samaa mieltä tästä asiasta oli 12 (13,8%) jäsentä, pääosin samaa mieltä 13 (14,9%) jäsentä ja neutraalilla kannalla oli lähes puolet vastanneista eli 41 (47,1%) jäsentä. Pääosin eri mieltä oli kuusi (6,9%) jäsentä ja täysin eri mieltä asiasta oli 15 (17,2%) vastaajaa. Neljä jäsentä (4,4%) jättivät kohdan tyhjäksi.

Seuraavaksi selvitettiin, käyvätkö jäsenet jonkun kerhon toiminnassa säännöllisesti. 19 (21,8%) jäsentä ilmoittivat käyvänsä kerhotoiminnassa säännöllisesti ja yhdeksän (10,3%) vastaajaa käyvät jossain kerhossa melko säännöllisesti. Neutraalilla kannalla oli 22 (25,3%) vastaajaa. 12 (13,8%) vastaajaa eivät ole kerhotoiminnassa kovin aktiivisesti mukana ja 25 (28,7%) vastaajaa eivät ole kerhotoiminnassa mukana ollenkaan. Tämänkin kohdan jätti tyhjäksi neljä (4,4%) vastaajaa.

Kerhotoimintaosuuden lopuksi annettiin vielä mahdollisuus antaa ehdotuksia, että mitä uusia kerhoja jäsenet toivoisivat Suomi-Seuran kerhovalikoimiin. Suurin osa eli 66 vastaajaa (71,4%) jättivät kohdan tyhjäksi. Mutta aika paljon erilaisia ehdotuksiakin tuli, joista käyn läpi osan. 4 vastaajaa (4,4%) toivoivat golfkerhoa. Joku toivoi kalastuskerhoa, jotkut toivoivat keskustelu- tai kirjakerhoa. Joku toivoi viihdekuoroa, joku vuoristokävelyitä, joku sijoitusta ja joku saunaklubia. Kysymykseen vastanneiden keskuudessa toivottiin myös lenkkeilykerhoa sekä rentouttavaa pilates- tai joogakerhoa.

Sitten siirryttiin kerhotoiminnasta kielikursseihin ja kysyttiin, pitävätkö jäsenet kielikursseja tärkeinä (Kuvio 7). Täysin samaa mieltä oli 38 (43,7%) jäsentä, pääosin samaa mieltä 19 (21,8%) jäsentä ja neutraalilla kannalla 21 (24,1%) vastannutta jäsentä. Kovin tärkeinä kielikursseja ei pitänyt viisi (5,7%) jäsentä ja ollenkaan tärkeinä niitä ei pitänyt neljä (4,6%) jäsentä. Neljä jäsentä (4,4%) jättivät kohdan tyhjäksi. Opetuksen tason hyvydestä kysyttäessä täysin samaa mieltä oli 23 (26,7%) jäsentä ja pääosin samaa mieltä oli 17 (19,8%) jäsentä. Neutraalilla kannalla oli 37 (43%) jäsentä, pääosin eri mieltä oli neljä (4,7%) jäsentä ja täysin eri mieltä viisi (5,8%) jäsentä. Opetuksen taso –kysymyksen jätti vastamatta yhteensä viisi (5,5%) jäsentä.



Kuvio 7. Kielikurssien tärkeys jäsenten mielestä.

#### 4.8 Seuran Internet-sivut, Facebook-sivu ja jäsenlehti

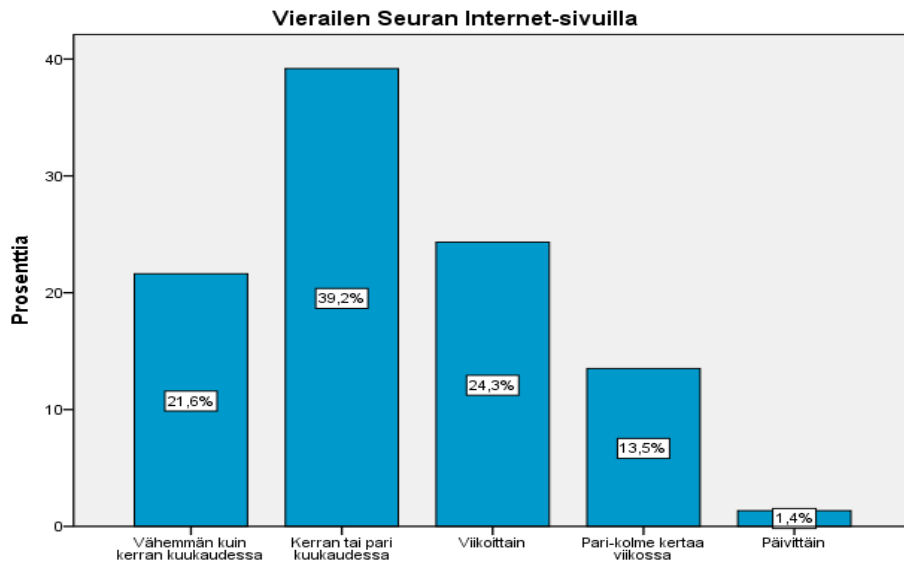
Tutkimuksen seuraavana aihealueena oli Suomi-Seuran eri tiedotuskanavat, eli Internet-sivusto, Facebook-sivu sekä jäsenlehti. Osion aluksi kysyttiin, onko Internet-sivuston yleisilme ja ulkonäkö hyvällä tasolla vastaajien mielestä. Täysin samaa mieltä asiasta oli vain neljä (4,8%) jäsentä. Pääsääntöisesti samaa mieltä oli 32 (38,6%) vastaajaa ja neutraalin kannan ilmoittivat 36 (43,4%) vastaajaa. Pääsääntöisesti eri mieltä asiasta oli yhdeksän (10,8%) ja täysin eri mieltä asiasta oli kaksi (2,4%) vastaajaa. Kahdeksan jäsentä (8,8%) jättivät kohdan tyhjäksi.

Sivuston selkeys ja tietojen helppo löydettävyyys ovat tärkeitä asioita kun haluaa etsiä sivuilta jotain ja sivuston selkeyden hyvyttä kysyttiin jäseniltä seuraavaksi. Täysin samaa

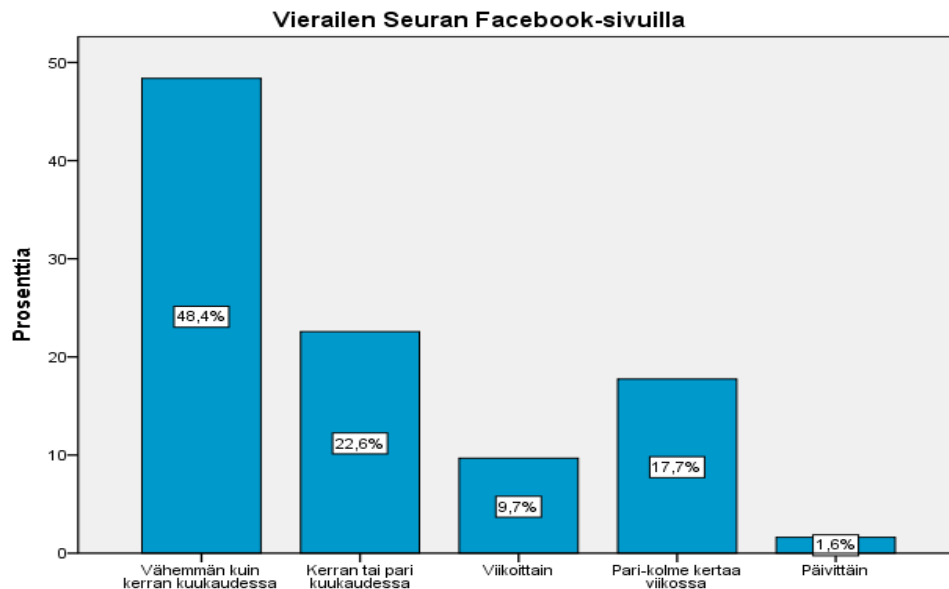
mieltä oli kuusi (7,1%) jäsentä, pääsääntöisesti samaa mieltä oli 31 (36,9%) jäsentä ja neutraalilla kannalla oli 32 (38,1%) jäsentä. Pääsääntöisesti eri mieltä sivuston selkeydestä oli 12 (14,3%) vastaajaa ja täysin eri mieltä kolme (3,6%) vastaajaa. Kohdan jätti tyhjäksi yhteensä seitsemän (7,7%) vastaajaa. Sitten kysyttiin löytyykö sivuilta tarpeeksi tietoa. Täysin samaa mieltä tästä oli neljä (4,8%) jäsentä ja pääsääntöisesti samaa mieltä 30 (35,7%) jäsentä. Neutraalin kannan tähän ilmoittivat 40 (47,6%) jäsentä. Pääsääntöisesti eri mieltä oli seitsemän (8,3%) jäsentä ja täysin eri mieltä kolme (3,6%) jäsentä.

Sosiaalisen median käyttö on viime vuosina lisääntynyt maailmassa ja tutkimuksen seuraavassa kohdassa kysyttiin, onko vastaajalla käyttäjätili Facebookissa. 47 jäsentä (55,3%) jäsentä ilmoittivat, etteivät he ole Facebookissa ja 38 (44,7%) ovat siellä. Loput kuusi (6,6%) jäsentä jättivät kohdan tyhjäksi. Sen jälkeen kysyttiin, tiedotetaanko Facebook-sivulla Seuran asioista sopivasti. Yhden jäsenen (2,1%) mielestä sivulla tiedotetaan asioista liikaa, 33 vastanneen (70,2%) mielestä asioista tiedotetaan sopivasti ja 13 (27,7%) jäsenen mielestä asioista tiedotetaan liian vähän. Yhteensä 44 jäsentä (48,4% kaikista osallistuneista) jättivät kohdan tyhjäksi, mutta se selittyy varmasti sillä, että ne jotka eivät Facebookissa ole, eivät varmaan tiedä Suomi-Seuran Facebook-sivun sisällöstä. Facebook-osion lopuksi kysyttiin vielä, onko Facebook-sivun sisältö jäsenten mielestä pääosin sopivaa. Täysin samaa mieltä asiasta oli neljä (8%) vastaajaa, pääsääntöisesti samaa mieltä 15 (30%) vastaajaa ja neutraalilla kannalla oli 25 (50%) vastaajaa. Pääsääntöisesti eri mieltä Facebook-sivun sisällön sopivuudesta oli kaksi (4%) vastaajaa ja täysin eri mieltä oli neljä (8%) vastaajaa. Kysymykseen jätti vastaamatta 41 vastaajaa (45,1% kaikista tutkimukseen osallistuneista).

Seuraavaksi selvitettiin, kuinka usein jäsenet vierailevat Seuran Internet- ja Facebook-sivuilla. Vastausvaihtoehdot tässä olivat: vähemmän kuin kerran kuukaudessa, kerran tai pari kuukaudessa, viikoittain, kaksi-kolme kertaa viikossa vai päivittäin. Internet-sivuilla käymisaktiivisuudesta (Kuvio 8) kysyttäessä yksi jäsen (1,4%) ilmoitti vierailevansa sivustolla päivittäin, kymmenen vastaajaa (13,5%) vierailevat sivustolla kaksi-kolme kertaa viikossa ja 18 jäsentä (24,3%) vierailevat sivustolla viikoittain. Kerran tai pari kuukaudessa sivuilla vierailee 29 (39,2%) jäsentä ja vähemmän kuin kerran kuukaudessa 16 (21,6%) jäsentä. 17 vastaajaa (18,7%) jättivät kohdan vastaamatta. Facebook-sivulla käyntiaktiivisuudesta kysyttäessä (Kuvio 9) yksi jäsen (1,6%) ilmoitti käyvänsä sivulla päivittäin ja 11 jäsentä (17,7%) käyvät Facebook-sivulla kaksi-kolme kertaa viikossa. Kuusi vastaajaa (9,7%) käyvät Facebook-sivulla viikoittain, 14 vastaajaa (22,6%) vierailevat siellä kerran tai pari kuukaudessa ja 30 vastaajaa (48,4%) käyvät Seuran Facebook-sivuilla vähemmän kuin kerran kuukaudessa. 29 vastaajaa (31,9% kaikista tutkimukseen osallistuneista) jättivät kohdan tyhjäksi.



Kuvio 8. Jäsenten käyntiaktiivisuus Seuran Internet-sivustolla.

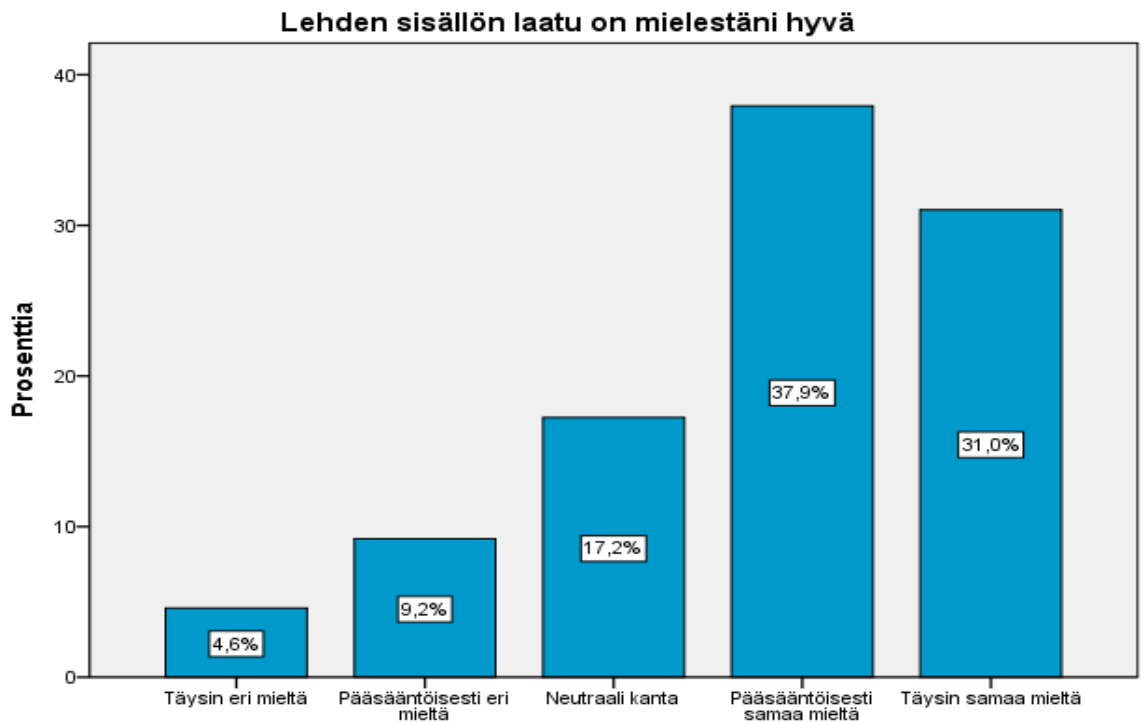


Kuvio 9. Jäsenten käyntiaktiivisuus Seuran Facebook-sivulla.

Jäsenlehti ja siinä tapahtunut lehti uudistus oli seuraavaksi käsitellyssä tutkimuksessa. Vähän ennen kyselyn tekoa Suomi-Seuran omana tiedotuslehtenä toiminut Concordia-lehti integroitui osaksi Uusi Costa Blanca –lehteä, jossa on paljon muutakin asiaa Costa Blancan alueesta. Ensiksi kysyttiin, pitävätkö Seuran jäsenet lehti uudistusta hyvänä asiana. 42 vastaajaa (47,7%) olivat uudistuksen hyvydestä täysin samaa mieltä ja 26 (29,5%) pääsääntöisesti samaa mieltä. Neutraalin kannan ilmoitti yhdeksän (10,2%) jäsentä, pääsääntöisesti eri mieltä oli kolme (3,4%) jäsentä ja täysin eri mieltä kahdeksan (9,1%) jäsentä. Kohdan jätti tyhjäksi yhteensä kolme (3,3%) jäsentä.



Seuraavaksi kysyttiin, pitävätkö jäsenet lehden sisällön laatua hyvänä (Kuvio 10). 27 jäsentä (31%) olivat täysin samaa mieltä ja pääsääntöisesti samaa mieltä oli 33 (37,9%) jäsentä. Neutraalin kannan ilmoitti 15 (17,2%) jäsentä, pääsääntöisesti eri mieltä asiasta oli kahdeksan (9,2%) jäsentä ja täysin eri mieltä oli neljä (4,6%) jäsentä. Yhteensä neljä henkilöä (4,4%) jättivät kohdan tyhjäksi. Lehtiosuuden lopuksi kysyttiin vielä, että kumpaa lehteä jäsenet pitävät parempana jäsenetuna; entistä Concordia-lehteä vai nykyistä Uusi Costa Blanca –lehteä. Uusi Costa Blanca sai 74 jäsenen (89,2%) kannatuksen ja yhteensä yhdeksän (10,8%) antoivat äänensä Concordialle. Loput kahdeksan jäsentä (8,8%) jättivät vastaamatta tähän kohtaan.



Kuvio 10. Jäsenten mielipide jäsenlehden sisällön laadusta.

#### 4.9 Vapaa kommentointi

Viimeisenä kohtana kyselylomakkeessa oli vapaa kommentointi –osio, johon jäsenet saivat vapaasti kertoa kehitysehdotuksia tai muita kommentteja mitä halusivat Suomi-Seuralle kertoa.

Monet jäsenet kommentoivat toimitiloihin liittyen. Joku hoputti tilan hankintaprosessia ja jotkut toivoivat uusia sekä avarampia tiloja, jonne sisään pääseminen olisi helpompaa. Jotkut taas ihmettelivät sitä, onko uusille toimitiloille oikeasti tarvetta nykyisellä jäsenmäärällä. Yhden vastaajan mukaan nykyiset toimitilat ovat sopimattomat ikäihmisille, kun tilat eivät ole katutasossa eikä tiloissa ole inva-wc:tä. Ja sisäänkäynnin tulisi onnistua ilman

apua myös pyörätuolilla ja rollaattorilla. Sauna kuuluu suomalaisuuteen ja joku toivoi saunaakin uusiin toimitiloihin, että pääsisi siellä saunomaan. Yhtä vastaajaa kiinnosti mahdolliset viikonloppukurssit, esimerkiksi ruuanlaitto- tai tanssikurssit, mikäli toimitilat antaisivat siihen mahdollisuuden. Myös teemailtoja, kuten viinien tunnistamista tai espanjalaisten fiestojen esittelyä toivottiin.

Jonkun vastaajan mukaan tiedottamiseen tulisi panostaa lisää. Facebook-sivulle toivottiin päivittäistä ajantasaisuutta. Hallituksen pöytäkirjoja ja tehtyjä päätöksiä toivottiin Internetiin kaikille luettavaksi heti, jotta tiedonkulku paranisi. Internetin ja Facebookin tehokkaampaa hyödyntämistä toivottiin myös. Joku kommentoi myös sitä, että entinen jäsenlehti Concordia on palvellut jäseniä hyvin ja vähän kritisoi tehtyä lehti-uudistusta.

Yksi vastaaja kiitti Suomi-Seuran vapaaehtoisia hyvästä ja palveluhenkisestä toiminnasta. Tämä aihe tosin jakoi mielipiteitä, sillä joku muu taas toivoi hallituksen jäseniltä positiivisuutta, myönteisyyttä ja esimerkillisyyttä. Ja joku kommentoi, mitä oli kuullut uusilta tulokkailta, että toimiston palvelu voisi olla ystävällisempää, esimerkiksi uusien ihmisten tervetulleeksi toivottamiseen voisi panostaa. Kielikursseille toivottiin suomen kielellä opetettavia alkeita. Joku vastaaja toivoi myös karttaa, johon olisi merkattuna ja numeroituna kaikki suomalaiset yritykset, seurakunnat ja yhdistykset. Tällä voisi helpottaa uusien tulokkaiden perehdyttämistä alueelle. Myös espanjalaiset palvelunumerot, kuten poliisin numero ja hätänumero olisi hyvä olla esillä kyseisessä kartassa.

Paikallisissa terveydenhuoltopalveluissa tulisi saada suomenkielistä palvelua jonkun vastaajan toiveen mukaan. Ja tuohon aiheeseen liittyviä teematapahtumia/-päiviä toivottiin myös. Joku toivoi myös, että terveysinfossa työskentelevät voisivat tehdä kotikäyntejä ja auttaa päivittäistavaroiden hankkimisessa, siivouksessa ja muissa asioissa korvausta vastaan.

Joku kritisoi jäsenmaksun suuruutta ja toivoi osa-aikaisille alueella kävijöille pienempää jäsenmaksua ja myös toivoi lisää kohtuuhintaisia päiväretkiä. Joku toivoi, että toiminnan ulospäin suuntautuneisuuteen panostettaisiin ja tiedotettaisiin enemmän alueesta ja kaikista tapahtumista eikä vain omista tapahtumista. Yksi vastaaja kommentoi, että nuorempia (30-40-vuotiaita) jäseniä tulisi saada lisää ja heidän lapsille päiväkerhoja tai muuta vastaavaa toimintaa. Toivottiin myös suomalaisten artistien konsertteja alueelle. Yhden vastaajan mukaan Suomi-Seuran tulisi olla kaikkien suomalaisten kokoavana voimana eli kuten sateenvarjona, jonka suojissa tapahtuisi monenlaista toimintaa Seuran itse tuottamana tai yhteistyötahojen tuottamana aukioloaikojen ulkopuolella. Jotkut vastanneet vain toivottivat hyvää jatkoa Suomi-Seuralle.

## 5 Pohdinta

### 5.1 Yhteenveto tuloksista

Suomi-Seuran jäsenet ovat pääsääntöisesti melko tyytyväisiä seuran toimintaan. Tietysti toiminnan eri osa-alueilla arviot vähän vaihtelivat. Nykyiset toimitilat saivat tutkimuksen heikoimmat arviot, joten on hienoa, että uudet toimitilat on saatu jo hankittua ja toivottavasti ne saadaan kunnostettua mahdollisimman nopeasti, jotta Suomi-Seura pääsisi muuttamaan niihin niin pian kuin mahdollista. Nykyiset toimitilat, niiden riittävyys ja mukavuus saivat melko negatiiviset arviot ja katutasossa sijaitsevat avarammat tilat olisivat jäsenten antamien kommenttien perusteella käytännöllisemmät nykyisiin toimitiloihin verrattuna. Suomi-Seuran henkilökunta koetaan ystävälliseksi ja asiakaspalveluhenkiseksi, mutta he voisivat vastaajien mukaan perehtyä Seuran asioihin paremmin, että osaisivat palvella jäseniä paremmin.

Kirjasto- ja kahviopalvelut saivat hyvät arviot ja niiden toiminta on aika oleellinen osa Suomi-Seuran toimintaa, sillä ilman niitä seuran tiloissa ei olisi oikeastaan muuta kuin toimisto. Kirjaston sekä kahvion koki tärkeäksi suurin osa vastaajista ja palvelun taso oli hyvällä tasolla kummassakin. Kirjaston tietokoneet ovat myös hyvin saatavilla ja jäsenten käytössä oleva langaton verkkoyhteys koetaan myös tärkeäksi palveluksi. Kerhotoiminta on myös tärkeää ihmissuhteiden luomisen kannalta ja yli puolet vastaajista kokivatkin toiminnan tärkeäksi. Seuran järjestämät matkat ja muut tapahtumat saivat ihan hyvät arviot pääsääntöisesti ja ne ovat hyviä ihmisiä yhdistäviä asioita. Kerhoissa voi tutustua ihmisiin paremmin ja vastaajilta tuli myös hyviä ehdotuksia mahdollisista uusista kerhoista, joita seura voisi perustaa. Arjen asioissa Espanjassa auttavat myös Suomi-Seuran tulkkipalvelut, joita yli puolet vastanneista pitivät tärkeinä. Englannin kieli ei pääsääntöisesti kuulu espanjalaisten vahvuuksiin joten on hienoa, että tällainen palvelumahdollisuus on olemassa.

Sähköiseen tiedottamiseen voisi panostaa enemmän tulevaisuudessa maailman muuttuessa yhä teknologisemmaksi paikaksi. Kun kysyttiin jäsenten käyntiaktiivisuutta seuran Internet-sivuilla ja Facebook-sivulla, niin vastaukset painottuivat lähemmäs harvemman käyntiaktiivisuuden päätyä kuin useammin sivustoilla vierailun päätyä. Seuran Internet-sivuja sekä Facebook-sivua voisi näin ollen siis markkinoida seuran jäsenille tehokkaammin, jotta jäsenet kävisivät sivuilla enemmän. Internet-sivuston selkeyttä voisi vastausten perusteella parantaa, että tarvittavat tiedot löytyisivät sieltä helpommin. Sivustolle voisi myös lisätä tietoa, jotta sieltä voisi löytää kaikki tarvittavat tiedot. Tutkimuksessa kysytyt asiat koskien Suomi-Seuran Internet-sivuja ovat tosin vanhentunutta tietoa, sillä

sivut ovat uudistuneet kyselytutkimuksen toteuttamisen jälkeen, joten vastauksia ja Seuran nykyisiä verkkosivuja ei kannata liikaa vertailla keskenään. Jäsenlehti uudistus keräsi erittäin positiiviset arviot, joten uudistus oli onnistunut jäsenten mielestä. Lomakkeen lopun vapaisiin kommentteihin tuli hyviä ehdotuksia, joiden pohjalta Seura voi myös pohtia uudistuksia ja parannuksia Seuran toimintaan.

Suomi-Seuran jäsenissä on aika melko tasaisesti miehiä ja naisia. Ikärakenteelta suuri osa Seuran jäsenistä on eläkeläisiä ja vastaajien keski-ikäsi muodostuikin 67,36 vuotta. Suurin osa Seuran jäsenistä käyttää sähköpostia, eli Seuran toiminnan ja palveluiden mainostamiseen sähköpostin välityksellä lähetettävillä joukkokirjeillä voisi panostaa. Näin saataisiin tieto asioista leviämään hyvin. Sähköposteja tulee yleensä muutenkin luettua useammin kuin Seuran Internet-sivustoa, niin olisi kätevää, että tiedot tulevista tapahtumista tulisivat suoraan omaan sähköpostiin.

Yli puolet vastaajista oli joko erittäin tyytyväisiä tai jokseenkin tyytyväisiä Seuran toimintaan yleisellä tasolla. Seuran palveluihin oli tyytyväisiä reilu 60% vastaajista. Palveluiden kehittämiseen tulisi panostaa jatkuvasti, että saataisiin tyytymättömät jäsenet tyytyväisemmiksi. Ystävyyssuhteet ovat myös tärkeitä ja Seuralla voitaisiin pohtia, voisiko toimintaa kehittää vielä enemmän yhteisöllisemmäksi. Hieman yli puolet vastaajista kokivat saaneensa Seuran kautta ystäviä, mutta toiminnan kehittämisellä voisi saada tuota lukua nousemaan.

Suomi-Seura pyrkii nostamaan jäsenmääräänsä ja sen vuoksi on hyvä asia, että lähes kaksi kolmasosaa ilmoitti, että voisivat suositella ystävälle Suomi-Seuran jäseneksi liittymistä. Jäseneksi liittymisessä jäsenmaksu on yksi merkittävä tekijä ja sen suuruuden sopivuus jakoi mielipiteitä vastanneiden jäsenten keskuudessa. Seuran toiminnan ja palvelut koki tärkeiksi 54,5% vastaajista. Seuran toiminnan kiinnostavuutta voisi pyrkiä nostamaan toiminnan muuttamisella. Näin ehkä loputkin jäsenet saataisiin vastaamaan kysymykseen positiivisemmin ja se voisi auttaa jäsenhankintaa, kun he mainostaisivat Seuran toimintaa tutuilleen.

Matkojen määrää piti sopivana noin puolet vastanneista ja matkojen hintaa piti sopivana 41,4%, joista tosin vain 6,9% oli täysin samaa mieltä hintojen sopivuudesta. Matkanjohtajien osaaminen on tärkeää, kun he ovat matkoilla vastuussa matkan onnistumisesta. Heidän osaamisestaan samaa mieltä oli 40%. Neutraalin kannan tähän ilmoitti reilu puolet vastanneista jäsenistä. Kaikki vastanneet eivät ole välttämättä ikinä olleet matkoilla mukana ja tuo neutraalin kannan määrä saattaa osittain selittyä sillä. Matkat ovat oiva tapa viet-

tää aikaa muiden suomalaisten kanssa ja tutustua heidän kanssaan paremmin. Matkojen kehittämiseen tulisi siis panostaa jatkuvasti, kuten muihinkin palveluihin.

Muiden tapahtumien kuten pikkujoulujen, syksyn avajaisfiestan ja muiden määrän sopivuudesta oli samaa mieltä lähes puolet vastanneista ja tapahtumien laatua piti hyvänä reilu kolmasosa vastaajista. Muihin tapahtumiin ja niiden sisältöön tulisi siis panostaa enemmän, jotta ihmiset viihtyisivät niissä paremmin ja siten saataisiin mielipiteet nousemaan lähemmäs asteikon positiivista päätyä.

Yli puolet vastaajista pitivät kerhotoimintaa tärkeänä. On siis hyvä asia, että on erilaisia kerhoja ja ajanviettomahdollisuuksia, joissa voi tutustua ihmisiin. Lähes kolmasosa vastanneista käyvät jonkun kerhon toiminnassa mukana säännöllisesti. Kerhojen houkuttelevuutta voisi pyrkiä nostamaan ja vapaissa kommentteissa toivottuja uusia kerhoja voitaisiin perustaa, jotta saataisiin kaikille jäsenille mieleisiä kerhoja Suomi-Seuran kerhovalikoimaan. Tämä vain vaatisi vapaaehtoisvoimin toimivalle Suomi-Seuralle lisää vapaaehtoisia, jotka haluaisivat lähteä vetämään uusia kerhoja. Näin kaikilla olisi mahdollisuus tutustua uusiin ihmisiin ja 28,7% vastaajista kokivat, että ovat jo saaneet kerhoista kontakteja, joiden kanssa voi viettää aikaa myös kerhojen ulkopuolella. Tutkimuksen luotettavuuden kannalta tässä voisi huomioida sen, että kysymyksen vastaajissa ovat mukana myös ne jäsenet, jotka eivät koe kerhotoimintaa tärkeänä.

Kielikurssit ovat myös vastaajien mielestä tärkeitä osia Seuran toiminnassa. Lähes kaksi kolmasosaa pitivät kielikursseja tärkeinä. Espanjan kieli on todella hyödyllinen kaupungilla asioidessa ja on todella hienoa, että kielen opiskeluun on tällainen mahdollisuus olemassa. Opetuksen tason hyvyydestä oli samaa mieltä hieman alle puolet vastanneista.

## **5.2 Tutkimuksen luotettavuus**

Suomi-Seuralla oli jäseniä tutkimuksen tekemisen aikaan noin 600-650. Jäsenmaksu on voimassa vuoden maksupäivästä eteenpäin, joten luku hieman vaihtelee, sillä jäsenmaksut vanhenevat aina välillä. Kyselyyn vastasi siis noin 14-15,2% Suomi-Seuran kaikista sen hetkisistä jäsenistä. Tutkimustulosten luotettavuuden kannalta olisi ollut hyvä, että vastauksia olisi saatu enemmän, jotta oltaisiin saatu luotettavimmat tutkimustulokset ja arviot Seuran toiminnan nykytilasta. Tällä vastausmäärällä saatiin kuitenkin melko hyvä kuva siitä, mitä Suomi-Seuran jäsenet ajattelevat tutkimuksessa kysytyistä asioista. Vapaissa kommentteissa tuli myös hyviä kommentteja ja toiveita, joita Suomi-Seura voi hyödyntää toimintansa kehittämisessä.

Suomi-Seuran kannattaa tutkia tämän tutkimuksen tuloksia ja kehittää toimintaansa niiden pohjalta, jotta jäsenet olisivat yhä tyytyväisempiä seuran toimintaan ja palveluihin. Jäsen-  
ten tyytyväisyys Seuran asioihin olisi hyvä selvittää uudelleen jonkun ajan, vaikka parin  
vuoden päästä, joten olisi hienoa, jos Suomi-Seuralla joku voisi tämän tyyppisen tutki-  
muksen toteuttaa. Näin pystyttäisiin selvittämään, että ollaanko Seuran toimintaa saatu  
vietyä oikeaan suuntaan ja ollaanko jäseniä pystytty palvelemaan paremmin toiminnan eri  
osa-alueilla.

### **5.3 Opinnäytetyöprosessin arviointi**

Tämän opinnäytetyön tekeminen oli kokonaisuudessaan mielenkiintoinen prosessi, jonka  
aikana opin kaikenlaista. Oli hienoa kun sain työharjoittelumahdollisuuden Espanjasta  
Suomi-Seurasta ja oli myös todella hienoa, kun sain tehdä heille tämän tutkimuksen opin-  
näytetyönäni. Työn palveluita ja asiakastyytyväisyyttä koskevan teoriakappaleen tekemi-  
nen oli myös mielenkiintoista sekä opettavaista, sillä sitä tehdessä ja tietoa etsiessä sai  
oppia uusia asioita ja lukea mielenkiintoista tietoa liittyen noihin teoria-aihealueisiin. Kärsi-  
vällisyyttäkin tämän työn tekeminen tietysti vaati ja kehitti, kun piti keskittyä työn tekemi-  
seen, jotta sain kirjoitettua mahdollisimman hyvän ja selkeän raportin tästä tutkimuksesta.

## Lähteet

Bergström, S. & Leppänen, A. 2004. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Edita Prima Oy, Helsinki.

Costa Blanca Suomi-Seura 2015, a. Luettavissa:

<http://costablancasuomiseura.es/tervetuloa-torreviejaan-ja-suomi-seuraan-3/> Luettu: 26.10.2015.

Costa Blanca Suomi-Seura 2015, b. Luettavissa:

<http://costablancasuomiseura.es/jasenet/jasenedut/> Luettu: 26.10.2015.

Harris, E. K. 2010. Customer service: a practical approach. Fifth edition. Pearson education Inc., New Jersey.

Pakkanen, R., Korkeamäki, A., & Kiiras, H. 2013. Palvelun taitajaksi. Sanoma Pro Oy, Helsinki.

Reinboth, C. 2008. Johda ja kehitä asiakaspalvelua. Tammi.

Rissanen, S. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti. Fram, Vaasa.

Saukkonen 2015. Tutkimusmenetelmät ja tutkimusaineistot. Luettavissa:

<http://www.mv.helsinki.fi/home/psaukkon/tutkielma/Tutkimusmenetelmat.html>. Luettu: 20.11.2015

Suomi, S. & Airio, R. 2015. Vaikeuksien kautta voittoon: Suomi-Seura sai uudet tilat. Uusi Costa Blanca –lehti 3/2015, s. 26. Luettavissa: <http://www.lehtiluukku.fi/lue/uusi-costa-blanca-3-2015/91275.html>. Luettu: 26.10.2015

Suomi-Seura r.y., 2011. Luettavissa: <http://www.suomi-seura.fi/>. Luettu: 29.10.2015.

Tiikkainen, M. 18.4.2006. Kauppatieteiden kandidaatin tutkielmaseminaari. Ostopalvelun laadun mittaaminen: Case: Vaate- ja jätehuolto elintarviketeollisuudessa. Lappeenrannan teknillinen yliopisto, kauppatieteiden osasto. Luettavissa:

<https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/30992/TMP.objres.299.pdf?sequence=1>. Luettu: 22.10.2015.

Ulkosuomalaisparlamentti, 2015. Luettavissa: <http://www.usp.fi/>. Luettu: 29.10.2015.

Vaalit, 2015. Luettavissa:

<http://www.vaalit.fi/fi/index/aanestajalle/ulkosuomalaistenaanestaminen.html>. Luettu: 29.10.2015.

Vilpas, P. 2013. Metropolia. Kvantitatiivinen tutkimus. Luettavissa:

<http://users.metropolia.fi/~pervil/kvantsu/Moniste.pdf>. Luettu: 19.11.2015.